

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

BIOGRAPHIE NON-AUTORISÉE DE LA CHAISE *SOLAIR*

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN DESIGN DE L'ENVIRONNEMENT

PAR
VALÉRIE WAGNER

DÉCEMBRE 2015

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

« L'aspect social, la recherche de l'utile vrai, s'est perdu en route et le design est l'affaire des revues et des “boutiques”. En cela le design a rejoint l'œuvre d'art contemporaine tout orientée vers la galerie, le collectionneur, les spéculateurs et les musées. Le design, comme l'art, est sur la voie parasociale. En orbite! Cette prise de tangente me désole » Journal de Julien Hébert 1er avril 1971 (Racine, 2008).

REMERCIEMENTS

L'achèvement de ce travail n'aurait pas été possible sans le soutien des gens qui m'entourent de près et d'un peu plus loin. Il est irréalisable de remercier tous ceux qui ont croisé ma route et ont participé de leur manière singulière à ce que je me rende au bout de ce travail de longue haleine.

Tout d'abord, je tiens à remercier Anne-Marie Broudehous, ma directrice, qui a accepté de me prendre sous son aile. En plus de me faire profiter de riches échanges à chaque rencontre, elle a su me recadrer lorsque je m'éparpillais et ses conseils se sont révélés précieux. J'admire sa disponibilité et sa patience envers moi.

Toutes les personnes que j'ai rencontrées, interrogées et avec lesquelles j'ai échangé, ont contribué à ma réflexion et au dénouement de ce travail. Merci à toute la première cohorte de la maîtrise en design de l'environnement. Avec vous, il a été possible de vivre ce processus de façon presque indolore. Ce fut un pur plaisir de vous connaître à travers ce programme. Je remercie particulièrement mon inconditionnelle amie, Sophie Fournier, pour son excellente révision, sa minutie et son dévouement. Merci à Alessandra Mariani et Rébéca Lemay-Perreault, mes collègues de la revue *Muséologies*, qui ont, elles aussi, accepté de commenter ce travail et qui l'ont fait judicieusement. Je tiens à remercier dans la foulée, Christine Dalle-Vedove, pour ses commentaires francs et humoristiques tout a long de la rédaction du mémoire.

Je tiens à remercier ma mère, ma famille et mes amis pour leur appui sans cesse renouvelé. Vous me supportez, peu importe les changements de cap. En cela, je vois que vous aimez, non seulement ce que je fais, mais par-dessus tout, qui je suis. Vous me permettez de foncer à vitesse *grand V* dans mes projets. Je vous aime tout un chacun. Je me permets enfin d'exprimer ma reconnaissance et ma gratitude envers mon conjoint Kevin Laliberté pour son amour et son appui indéfectible. ♥

RÉSUMÉ

Les histoires qui entourent les objets influencent le regard que nous portons sur ces derniers. Certaines vont même jusqu'à voiler le sens premier de l'objet lui-même. Ces histoires racontent aussi la manière dont nous envisageons notre environnement construit et ne sont rien de moins que des constructions sociales. Bien que le nom « chaise *Solair* » soit étranger pour plusieurs, son image suscite souvent de vives réactions; elle évoque des souvenirs ou nous projette dans un univers *à la mode*. Cet objet commun et n'ayant qu'une valeur d'usage et d'échange se pare d'une valeur symbolique au début des années 2000.

En utilisant l'approche biographique de l'objet, ce mémoire retrace, dans un premier temps, l'histoire du produit, de chaise de motel à icône du design, pour décrire le phénomène de redécouverte. Dans un deuxième temps, l'interprétation des images de la mise en scène imaginaire et commerciale de la chaise *Solair* permet de constater les valeurs qu'elle porte aujourd'hui.

Mots clés : chaise *Solair*, design industriel, histoire, Québec, représentations, sémantique et design, biographie de l'objet, culture du design.

ABSTRACT

The stories surrounding objects influence the way we see them. Some of the stories even obscure the original meaning of the object itself. These tales also tell how we treat our built environment and they are nothing less than social constructions. Although the name "*Solair* chair" is foreign to many, its image often arouses strong reactions, where nostalgia and fashionista meet. This common object is adorned with a symbolic value in the early 2000.

Using the biographical approach for the object, this thesis traces, initially, the history of the product, from a motel chair to an icon of design, to describe the phenomenon of its rediscovery. Secondly, the interpretation of the imaginary and commercial images of the *Solair* chair allows us to determine the values it carries today.

Keywords: *Solair* chair, industrial design, history, myth, Québec, museum, representations, semantic and design, design icon, design canon, design culture,

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	iii
RÉSUMÉ	v
ABSTRACT	vii
LISTE DES FIGURES	xiii
LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS	xv

CHAPITRE I

PRÉSENTATION DU SUJET

1.1 Description du mémoire	2
1.1.1 Question de recherche	2
1.1.2 Objectifs de recherche	3
1.1.3 Hypothèse de recherche	3
1.2 Recension de la littérature	3
1.2.1 Culture matérielle reliée au design	4
1.2.2 Le design au Québec	5
1.2.3 Les objets	7
1.3 Cadre théorique	9
1.3.1 Une chose, un objet	9
1.3.2 Valeur d'usage et d'échange	10
1.3.3 Statut d'objet commun, singulier et sacré	11
1.3.4 Valeur symbolique	12
1.3.5 Notion de contexte communicatif	13
1.3.6 Notion de représentation	14
1.4 Méthode : L'approche biographique	15
1.4.1 Première partie	18
1.4.2 Deuxième partie	19
1.5 Sources documentaires sur la chaise <i>Solair</i>	21
1.5.1 Sources primaires	21
1.5.2 Sources secondaires	21
1.6 Limitations	23

PARTIE 1 : LA GENÈSE DE LA CHAISE *SOLAIR*

CHAPITRE 2

LA CHAISE *SOLAIR* : LA « CHAISE DE MOTEL »

2.1 la profession de designer industriel au Québec.....	27
2.2 Chaise de Motel : la genèse	32
2.2.1 La commande	33
2.2.2 Les designers.....	34
2.2.3 L'entreprise	36
2.2.4 La chaise <i>Solair</i>	39
2.2.4.1 Matériaux et technique de fabrication	44
2.2.5 La dissémination	45
2.3 Conclusion.....	48

CHAPITRE 3

LA CHAISE *SOLAIR* « ICONE DE DESIGN »

3.1 Mise en contexte historique	50
3.2 La chaise <i>Solair</i> dans les musées.....	52
3.2.1 Musée des beaux-arts de Montréal.....	52
3.2.2 Musée National des beaux-arts du Québec	54
3.3 La chaise <i>Solair</i> rééditée.....	59
3.3.1 L'entreprise	59
3.3.2 La diffusion dans les médias	61
3.3.3 Nouvelle reconnaissance	62
3.4 La dissémination	64
3.5 Conclusion.....	65

PARTIE 2 : ICONOGRAPHIE ET CONSTRUCTION DU SENS

CHAPITRE 4

LES REPRESENTATIONS DE LA CHAISE *SOLAIR*

4.1. Contextes communicatifs.....	70
4.1.1 Premier contexte communicatif.....	70
4.1.2 Deuxième contexte communicatif.....	94
4.1.3 Troisième contexte communicatif.....	114
4.2 Conclusion.....	123

CHAPITRE 5

SYNTHÈSES

5.1 Synthèse historique	125
5.2 Synthèse de la commercialisation.....	127
5.3 Synthèse sémantique	129
5.4 La chaise <i>Solair</i> un icône de design?	133
CONCLUSION.....	135
ANNEXE A - GRANDE PLAINE IV, ALEXANDRE BOURBAKI	139
ANNEXE B - CHRONOLOGIE DES ÉVÉNEMENTS-CLÉS	143
BIBLIOGRAPHIE	145

LISTE DES FIGURES

Figure 1. Plan plastique et iconique	20
Figure 2. «Contour Lounge Chair» par Julien Hébert en 1953	29
Figure 3. Papasan.....	40
Figure 4. Chaise panier en Osier	41
Figure 5. Chaise Tournesol.....	41
Figure 6. Chaise Solair.....	42
Figure 7. Chaise Solair dans le catalogue Eaton	47
Figure 8. Image de la chaise <i>Solair</i>	53
Figure 9. Lab Design.....	53
Figure 10. Exposition Québec en Design.....	57
Figure 11. La chaise de Bellechasse.....	63
Figure 12. Ruby in Paradise, Image fixée à 1h42min 46sec.....	72
Figure 13. Iconicité - Ruby in Paradise	72
Figure 14. Couverture du livre Motel Univers	74
Figure 15. Iconicité : Couverture du livre Motel Univers	74
Figure 16. Les Lavigeurs, la vraie histoire	76
Figure 17. Iconicité : Les Lavigeurs, la vraie histoire	76
Figure 18. Page couverture du roman Grande Plaine IV	80
Figure 19. Iconicité : Page couverture du roman Grande plaine IV	80
Figure 20. Chaises Solair au motel Mailloux.	81
Figure 21. Iconicité : Chaises Solair au motel Mailloux.	81
Figure 22. Le Démantèlement - Image fixée à 57min 14sec	83
Figure 23. Iconicité : Le Démantèlement - Image fixée à 57min 14sec	83
Figure 24. Le Démantèlement - Image fixée à et 59min54sec.....	85
Figure 25. Iconicité : Le Démantèlement - Image fixée à et 59min54sec.....	85
Figure 26. Louis-Philippe Gingras, photo de promotion.....	87
Figure 27. Iconicité : Louis-Philippe Gingras, photo de promotion.....	87
Figure 28. Labyrinthite - Image fixée à 1min 42sec	89
Figure 29. Iconicité : Labyrinthite	89
Figure 30. Orphan Black, Saison 2, Épisode 2 - Image fixée à 9min49sec	91
Figure 31. Iconicité : Orphan Black, Saison 2, Épisode 2.....	91

Figure 32. Chaise Solair dans une quincaillerie Rona (5742, av. du Parc)	92
Figure 33. Chaise Solair à La Boite à clou	93
Figure 34. Motel Frenchy's Oasis - Capture d'écran	96
Figure 35. Iconicité : Motel Frenchy's Oasis	96
Figure 36. Dwell on Design.....	98
Figure 37. Iconicité : Dwell on Design.....	98
Figure 38. État de siège au SIDIM	100
Figure 39. Iconicité : État de siège au SIDIM	100
Figure 40. Kiosque de Leo Victor au SIDIM 2010.....	102
Figure 41. Iconicité - Kiosque de Leo Victor au SIDIM 2010	102
Figure 42. Lancement du film Frisson des collines	104
Figure 43. Iconicité : Lancement du film Frisson des collines	104
Figure 44. Chaises Adirondack devant le commerce Boy'e.....	106
Figure 45. Chaise Solair devant le commerce Boy'e à Montréal	107
Figure 46. Iconicité : Chaise Solair devant le commerce Boy'e à Montréal	107
Figure 47. La chaise Solair à La Baie.....	108
Figure 48. Chaise Solair chez In Abstracto.....	109
Figure 49. Chaise Solair chez Vancouver Special	111
Figure 50. Chaise Solair	112
Figure 51. Exposition From Quebec in New York	116
Figure 52. Iconicité : Exposition From Quebec in New York	116
Figure 53. Maison de Jonathan Adler dans le Architectural Digest	118
Figure 54. Iconicité : Maison de Jonathan Adler dans l'Architectural Digest.....	118
Figure 55. Chaise Solair chez Léo Victor	119
Figure 56. Chaise Solair chez Stardust Modern Design.....	121
Figure 57. Chaise Solair chez Amory y Locura.....	122
Figure 58. Prix de vente de la chaise Solair en 2014	129
Figure 59. Catégorisation des marchés de produits de design	132
Figure 60. Les contextes communicatifs sur le diagramme d'Ève-lyne Simard	132
Figure 61. Chronologie des événements de la vie de la chaise Solair	143

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

ACID : Association of Canadian Industrial Designers

ADIQ : Association des designers industriels du Québec

CELAT : Centre interuniversitaire d'études sur les lettres, les arts et les traditions

IEL : Les Industries Émile Lachance

IPL : Industrie provinciale limitée

MBAM : Musée des beaux-arts de Montréal

MNBAQ : Musée national des beaux-arts du Québec

RAEDIUM : Réseau des anciens étudiant(e)s en design industriel de l'Université
de Montréal

SIDIM : Salon International du Design intérieur de Montréal

UQAM : Université du Québec à Montréal

CHAPITRE 1

PRÉSENTATION DU SUJET

Le designer de l'environnement a la capacité de réfléchir non seulement au projet qui l'anime, mais aussi à la culture dans laquelle il s'inscrit. Lors de mes études en design de l'environnement, je m'interrogeais (et m'interroge toujours) sur ce qui amène un objet issu de l'activité concrète du design à être connu et reconnu au sein d'une communauté. Comment un objet arrive-t-il à dépasser le simple statut d'objet utilitaire pour s'enrober d'une histoire et devenir un objet signifiant, symbolique? Par exemple, comment cette tour de fer, exploit technique éphémère, construite dans le cadre de l'exposition universelle de Paris en 1889 est-elle devenue l'emblème de la France? En d'autres termes, par quels mécanismes un objet devient-il significatif dans la sphère collective? Que l'on en soit conscient ou non, ces objets qui tissent notre environnement forment, avec le temps, notre culture matérielle (Baudrillard, 1968; Bourdieu, 2012; Lipstadt, 2001; Sparke, 1986; Wright, 2005). L'imaginaire qui entoure les objets peut être individuel ou être partagé par une certaine communauté. Comme l'écrivait Roland Barthes : « Chaque objet du monde peut passer d'une existence fermée, muette, à un état oral, ouvert à l'appropriation de la société » (Barthes, 1957, pp. 181-182). Dominique Jarrassé, historien de l'art et chercheur à l'école du Louvre, explique brillamment par quel processus les objets, au cours des étapes de leur vie, acquièrent différents statuts.

Le cas de l'objet culturel spolié, puis vendu au collectionneur avant de finir au musée est un cas d'école éclairant, surtout quand les producteurs veulent le réinvestir de son sens premier et viennent contester le nouvel usage qui

en est fait, rappelant de ce fait la nature première de l'objet ; mais dès lors on peut s'interroger sur le statut de ces objets transplantés, sur leur capacité à réintégrer la culture initiale et enfin sur la légitimité des paroles de l'« indigène », du savant et de l'artiste (Jarrassé, 2013, p. 7).

J'aimerais, dans le cadre de ce mémoire, interroger un objet propre à la culture du Québec, la chaise *Solair*, qui a le potentiel d'un *cas d'école éclairant* tel que Jarrassé l'entend. Créée en 1972, la chaise *Solair* appartenait jusqu'à tout récemment au passé. Elle existait toujours de manière erratique dans le paysage du Québec, mais sans qu'on lui octroie une grande marque d'estime. Toutefois, depuis 2007, choisie par un conservateur, elle est exposée dans un musée puis rééditée et commercialisée à nouveau par le producteur, la chaise *Solair* «renaît». Bien que la dénomination « chaise *Solair* » demeure étrangère pour plusieurs personnes, son image suscite généralement de vives réactions; elle provoque à la fois une émotion de nostalgie, évoque la modernité et la *tendance*. Elle fait parler l'« indigène », le *savant*, et l'*artiste*. Que ce soit dans sa version originale ou rééditée, on aperçoit la chaise *Solair* sur des balcons, en ville ou en campagne, dans des films et des séries télévisées ou à l'extérieur des chambres de motel. Bref, il est difficile de nier l'ampleur de sa diffusion. La chaise *Solair* semble posséder cette capacité à *réintégrer la culture initiale* dont nous parle Jarrassé. Comment réintègre-t-elle cette culture? Pourquoi n'en profiterions-nous pas pour interroger son statut et les valeurs qui lui sont associés?

1.1 Description du mémoire

1.1.1 Question de recherche

Ce mémoire interroge les raisons qui expliquent que la chaise *Solair* ait pu s'imposer dans le paysage québécois dans les années 1970 et 1980. Il pose des questions sur les mécanismes par lesquels les valeurs d'un objet se construisent et se transforment au cours de sa vie. Comment ce produit a-t-il pu devenir le représentant d'une collection d'objets de design dans les années 2000? Comment peut-il rejoindre simultanément un public populaire, celui des consommateurs en général et un public savant, celui des conservateurs de musée et experts du design? Par quelles circonstances historiques une telle situation a-t-elle pu s'articuler?

1.1.2 Objectifs de recherche

Ce mémoire propose de documenter, d'analyser et d'interpréter un produit de la pratique du design industriel du Québec, un champ de recherche à ce jour bien peu exploré. Il vise à documenter l'histoire, les usages et les mises en scène de la chaise *Solair* afin de révéler les valeurs qu'on lui associe et à comprendre le processus de construction de valeur symbolique. Il tente en outre d'expliquer un phénomène plus large, celui de la passation d'un objet de la culture populaire à la culture savante et les effets de ce passage sur les statuts qu'il porte.

1.1.3 Hypothèse de recherche

Le mémoire repose sur l'hypothèse que seule une connaissance approfondie de l'histoire de l'objet, du discours médiatique, de ses mises en scène, réelles et imaginaires, pourra nous permettre de relever les mécanismes qui ont mené à la transformation des valeurs associées à cet objet et à la mutation de ses statuts. Ce mémoire propose d'utiliser l'approche biographique pour permettre au designer de l'environnement de mettre en lumière ce processus de *transplantation*. C'est à travers les différents événements et les représentations publiques que l'objet se dote de couches de sens qui en changeront la perception au fil du temps.

1.2 Recension de la littérature

La littérature existante sur les produits de design québécois est ténue. Toutefois, à l'extérieur du Québec, les ouvrages sur le design en général sont variés et tapissent les murs des bibliothèques. On y retrouve de nombreux ouvrages comme des monographies identifiant les créations importantes de la carrière de certains designers, des répertoires d'objets de design ayant marqué le siècle dernier en passant par des ouvrages philosophiques essayant de définir le design. Considérant que ce mémoire se situe à la rencontre entre le champ d'études de la culture matérielle et celui du design industriel et étant donné la vaste étendue de la documentation sur le design en général, la revue de littérature qui suit se concentre sur certains thèmes : la culture matérielle reliée au design, le design au Québec et notre rapport aux objets en particulier.

1.2.1 Culture matérielle reliée au design

La culture matérielle constitue en soi un vaste champ d'études, notamment en sciences sociales. Pour certains auteurs, ce domaine étudie l'objet et le contexte qui s'y rapporte (Dupont, 1997; Mathieu, Jocelyne, 2001). Pour d'autres, la culture matérielle est une construction sociale. Par exemple, pour Susan Pearce, professeure en muséologie à l'Université de Leicester, un objet entre dans la culture matérielle parce que, par sa sélection (muséale) et son exposition, il devient une partie du monde des valeurs humaines, une partie que chacun veut intégrer à son système de valeur (Pearce, 2012, p. 10). On pourrait ajouter que les objets sont aussi choisis parce qu'ils font déjà partie, dans une certaine mesure, de ce système de valeurs. Il existe une relation duale entre le système de valeur et la culture matérielle que l'on choisit d'exposer. Pour Daniel Miller et James Deetz, tous deux anthropologues, étudier la culture matérielle équivaut à s'intéresser aux relations entre les humains et leur environnement artificiel (Pearce, 2012).

Au Québec, le Centre interuniversitaire d'études sur les lettres, les arts et les traditions (CÉLAT) adopte, entre autres, une lecture de la culture matérielle par les objets. Comme le nom le stipule, ce centre regroupe plus de seize disciplines et trois institutions, il se dit « le plus ouvert aux changements de formats de recherche » (CELAT, 2015). Dans *L'objet et ses contextes* (1987), Jacques Mathieu, du CELAT, fait état d'un modèle d'analyse de l'objet qui prend en considération différentes facettes de celui-ci pour révéler des histoires parallèles et connexes à ce dernier. En d'autres termes, il propose de faire une lecture pluridisciplinaire de l'objet (Mathieu, Jacques, 1987). Jocelyne Mathieu, quant à elle, démontre dans l'article *Découvrir, étudier et mettre en valeur la culture matérielle : dialectique entre cultures populaire et savante, l'exemple québécois au 20e siècle*, comment l'analyse des objets du quotidien nourrissent la culture savante pour ensuite révéler aux communautés un pan de leur histoire et de leur identité (Mathieu, Jocelyne, 2001).

Le présent mémoire s'inscrit dans cette démarche, car l'objet qui y est à l'étude, la chaise *Solair*, se retrouve à la fois dans la culture populaire et dans la culture savante. Jean Dupont, dans *L'étude de la culture matérielle*, démontre qu'il existe un intérêt

croissant pour l'étude de la culture matérielle, domaine dans lequel peu de chercheurs se sont précisément consacrés aux objets populaires issus de la pratique du design industriel québécois (Dupont, 1997). Un manque dans la documentation sur la culture matérielle liée au design industriel se fait sentir. Ce mémoire explore cette voie et vise à combler (partiellement) ce vide. L'étude de la culture matérielle issue du design ne vise pas seulement à comprendre pourquoi un objet comme le trombone, l'épingle à linge ou l'allumette peut ou non changer de forme, mais vise surtout à identifier des facteurs qui permettent à certains objets de perdurer dans le temps, d'avoir une vie sociale et utile plus longue que d'autres objets.

Lorsque l'on s'intéresse à la culture matérielle reliée au design, la notion de culture du design est d'une grande utilité (*culture of design*) (Julier, 2000, 2006). Guy Julier, une autorité dans ce domaine définit la culture du design comme étant constituée de réseaux et d'interactions qui configurent la production et la consommation. L'étude de la culture du design est l'étude des relations entre les artefacts issus du design et leurs manifestations. Ceci inclut la pratique en elle-même, le cycle de production et le processus de consommation (Julier, 2015). Dans *From Visual Culture to Design Culture* (2006), Julier postule que nous sommes passés de l'étude de la culture visuelle (*visual culture*) à celle de la culture matérielle (*material culture*) pour atteindre l'étude de la culture du design (*design culture*). Selon lui, le design ne se limite pas à des créations visuelles produites pour être utilisées et lues, il se situe également à la frontière entre la culture visuelle et la culture matérielle (Julier, 2006, p. 67). Ses écrits révèlent l'importance pour la recherche de tout ce qui constitue la culture du design; les idées et les objets autant que ceux qui les conçoivent, qui les fabriquent et qui les utilisent.

1.2.2 Le design au Québec

L'histoire et la pratique du design industriel au Québec sont le sujet de peu de recherches universitaires et d'ouvrages monographiques. En 1986, Johanne Lépine retrace de manière générale l'histoire de la profession de designer industriel au Québec et en dresse un premier portrait (Lépine, 1986). De leur côté, Martin Racine et Alain Findeli portent un regard historique sur le design au Québec en survolant le rôle d'un

designer ayant eu une influence majeure sur le design dans la province : Julien Hébert (Findeli et Racine, 2003). La thèse de doctorat de Martin Racine examine en détail le rôle de Julien Hébert dans la pratique du design au Québec (Racine, 2007). Ce travail est une contribution majeure qui éclaire la période précédant les premiers programmes universitaires professionnels. Racine révèle notamment les dimensions éthique, socioculturelle, esthétique et pédagogique de la pratique de Julien Hébert. L'ouvrage, *Le design au Québec*, paru en 2003 et dirigé par Marc Choko, se penche sur l'histoire du design au Québec en explorant trois thèmes : le design industriel, le design graphique et le design de mode (Choko *et al.*, 2003). Bien que l'ouvrage n'ait pas connu le succès escompté (selon un de ses auteurs Jean Bourassa), il démontre bien l'étroit lien entre ces disciplines. Ces auteurs font donc une rétrospective thématique du design au Québec. Ces quatre ouvrages sont des clés pour comprendre le développement du design au Québec, mais sont malheureusement peu éclairants sur l'analyse ou le sens des objets qui en sont issus.

En 2009, à l'occasion des 40 ans du programme de design industriel de l'Université de Montréal, le READIUM publie un livre électronique intitulé *Tête, coeur, main : 40 ans de design industriel à l'Université de Montréal* qui accompagne une exposition du même nom. Cet ouvrage retrace l'histoire de l'école de design industriel de l'Université de Montréal tout en racontant des moments clés pour la profession et la formation de designer au Québec comme la création d'associations professionnelles de même que la création de programmes d'études en design. Par sa nature biographique, ce document ne couvre pas, lui non plus, la production d'objets des finissants du programme et ne parle pas du sens de la pratique du design dans la société québécoise. L'objet à l'étude s'inscrit dans la période de balbutiements décrite dans cet ouvrage en ce qui concerne la profession de designers et la création de programmes d'études en design.

À la même époque, à l'UQAM, André Desrosiers étudie la pratique professionnelle des designers industriels. En 2009, il s'intéresse à la pratique des designers producteurs. Une enquête échantillonnant une cinquantaine de designers a permis de dresser un état de fait de cette pratique et cinq portraits illustrant des modèles types ont été mis en lumière. En 2011, Desrosiers enquête sur les designers en entreprise de fabrication. Cette étude repose sur des données quantitatives et qualitatives recueillies grâce à des

interviews et à des observations. Les résultats font état des disparités entre les « différences culturelles qui caractérisent le milieu de l'entreprise de fabrication et la culture du design au Québec » (Desrosiers, André, 2011, p. 63). Desrosiers enquête sur la profession et note des contradictions entre la culture du design véhiculée par les universités et la réalité du marché du travail dans le secteur de la fabrication (Desrosiers, André, 2011, p. 63). Il sera question dans ce mémoire de constater l'importance de la représentation de l'objet agissant sur cette transmission de culture du design où les noms des designers prennent une plus grande place alors que l'entreprise a un plus grand, sinon égal, rôle à jouer.

Aucun de ces ouvrages ne s'attarde à un produit de design en particulier ou ne s'interroge sur les objets qui représentent la discipline ou qui se seraient imposés dans la culture matérielle. Ces ouvrages accordent une grande place aux individus et à la profession, mais peu de place à leur contribution au corpus de produit de la culture matérielle. Ils offrent néanmoins la trame historique sur laquelle la présente étude s'appuie pour pousser plus loin l'interprétation d'un objet

1.2.3 Les objets

Il existe une littérature qui se concentre sur la relation entre les objets et les individus. Certains auteurs se servent d'objets du quotidien pour refléter les relations parfois irrationnelles que la société entretient avec ceux-ci et son rapport à la consommation. Adrian Forty (1986) critique la manière dont certains historiens de l'art relatent l'Histoire indépendamment du contexte social. Forty stipule que l'évolution des objets de design n'est pas reliée à une génétique interne, mais plutôt aux gens et à l'industrie qui leur donnent une forme ainsi qu'aux relations qu'entretiennent ces mêmes gens et cette même industrie avec la société qui consomme leurs produits. Deyan Sudjic dans *The Language of Things* (2009), commente les relations sensuelles que nous entretenons avec les objets, relations subjectives qui sont maintenues par le personnel des musées selon Carol Duncan (1995) et Ninian Hubert Van Blyenburgh (2005). Les diverses réinterprétations des produits phares du design sont examinées pour souligner le rôle des designers comme créateurs de tendance et de phénomènes de mode. Sudjic précise également que nous nous retrouvons dans un univers éphémère où nous sommes

constamment séduits par la nouveauté, que nous sommes à la recherche d'un nouvel achat qui représentera notre genre, notre statut et notre identité (Sudjic, 2009). John Heskett crée des liens entre le design, la société et les symboles dans *Toothpicks and Logos* (2002). Par exemple, il explique comment l'automobile Rolls-Royce est non seulement un superbe cas d'artisanat technique, mais aussi un symbole de réussite dans différentes sociétés autour du monde (Heskett, 2002).

Ces ouvrages rappellent *Mythologies* (1957) de Roland Barthes et *Le système des objets* (1968) de Jean Baudrillard qui, eux aussi, se sont servis de rites et d'objets du quotidien pour comprendre la société. La méthode barthienne a été reprise dans l'ouvrage *Nouvelles Mythologies* (2007) dirigé par Jérôme Garcin dans lequel plusieurs auteurs contemporains réfléchissent, eux aussi, sur les objets et rites du quotidien. En continuité de ces ouvrages, l'émission d'affaires sociales, politiques et culturelles *BazzoTV* diffuse, en 2008, une vingtaine de capsules sur des mythes contemporains du Québec. Les collaborateurs, tels que Nelly Arcand, René-Daniel Dubois, Sophie Faucher et Yanick Villedieu, se prononcent par exemple sur la crise du verglas, Herouxville, la Floride, Céline Dion et le bac de recyclage (Bazzo, 2008). Toutefois, ces écrits et capsules restent le plus souvent de l'ordre du commentaire. Le fond de la réflexion des invités tient souvent dans un court texte où ils dévoilent, la plupart du temps, l'essentiel de leurs interprétations sans analyse historique approfondie.

À l'opposé, Henri Petroski, ingénieur-historien, offre un point de vue plus analytique dans ses livres en s'attardant, non seulement au crayon et à l'histoire des technologies qui l'ont fait naître, mais en rendant cet objet indissociable de l'histoire de l'écriture. L'objet sert à la fois de prétexte pour décrire son histoire sémantique et pour raconter des histoires parallèles (Petroski, 1992, 1994). Ce mémoire se situe dans cette recension des écrits en comblant un manque. En effet, à notre connaissance, de tels ouvrages au sujet de l'histoire d'objets de design n'ont pas été publiés au Québec. Ce travail place une première pierre dans l'édifice de l'histoire et du sens des objets de design québécois.

1.3 Cadre théorique

Pour arriver à confirmer ou infirmer l'hypothèse que pose ce travail, nous devons à priori revenir sur quelques concepts théoriques, soit ceux de l'objet, de la marchandise, de valeur symbolique, de l'interprétation et de la représentation. En l'absence de ces concepts, il serait impossible d'appréhender ce travail au moyen de l'approche biographique, il est donc impératif d'y consacrer la partie suivante.

1.3.1 Une chose, un objet

Tout d'abord, comment une chose devient-elle un objet? Selon François Dagognet (1989), ces mots peuvent être l'étendard de deux mondes, « [celui] des choses et [celui] des objets. La pierre, par exemple, appartient [au premier] - [celui] de la chose, – tandis que, si elle est sciée, polie, ou simplement “marquée” et gravée, elle devient un “presse-papier” éventuellement, mais relève alors du monde des produits ou des objets. » (Dagognet, 1989, pp. 20,21). Selon cette définition, lorsqu'une chose devient un objet cet état est indissociable du sujet, car si ce dernier est absent de l'équation la pierre restera une chose n'ayant d'autre utilité que celle d'être un élément naturel désinvesti d'humanité (Moles, 1969). Bernard Blandin (2009), démontre dans le même ordre d'idée qu'une chose devient objet parce qu'elle attire notre attention, active notre curiosité, nous émeut, évoque par associations d'autres objets, ravive des souvenirs, en plus de constituer des représentations mentales qui amènent une catégorisation de l'objet s'accompagnant de marqueur somatique. L'objet est relationnel. Cette relation entre les individus et les objets dépend de l'individu (son statut social et professionnel, sa connaissance de l'objet.), mais aussi de l'histoire et des statuts de l'objet lui-même (Bonnot, s.d., p. 7).

Dans un même ordre d'idée, l'interprétation d'un objet, pour Umberto Eco dans *Les limites de l'interprétation* (1992), dépend des connexions qui peuvent être effectuées à son contact et à celui de son environnement. Les expériences et les connaissances acquises par un individu au cours d'une période de temps modifient la manière dont il interprète ce qui l'entoure. C'est pourquoi la vision d'un objet peut changer, par exemple, dans un intervalle-temps de dix ans. La disposition à agir ou à arrêter ce

processus d'interprétation est celui d'habitude, autre concept énoncé par Eco (1992). Pour illustrer ce concept, nous pourrions penser à un objet qui nous a laissés indifférents un jour et suscité l'émerveillement des mois ou des années plus tard. Dans cette position interprétative, il y a peu de place pour l'intuition et la spontanéité puisque tout est régi par des cognitions antécédentes. La relation entre l'objet et l'humain est à la fois cognitive et émotive.

1.3.2 Valeur d'usage et d'échange

Lorsqu'on acquiert des biens, nous y incorporons une valeur d'usage. Dès lors, ce bien est utile à combler un besoin primaire ou secondaire et devient marchandise. Il est important de circonscrire ce terme, car les notions de valeurs associées sont primordiales à la compréhension de l'objet d'étude dans le champ de la consommation. Pour Karl Marx, un objet devient marchandise lorsqu'il porte une **valeur d'usage** en premier lieu et une **valeur d'échange** en complémentarité. Toujours selon Marx, la valeur d'échange se quantifie essentiellement en proportion des valeurs d'usage. Dans la société capitaliste, on produit des biens dans l'unique but de les introduire dans la sphère d'échange.

Parce qu'on les acquiert dans une sphère d'échange, par don, par troc ou par la monnaie, la valeur d'échange a donc une dimension sociale intrinsèque (Kopytoff, 1986, p. 69). Igor Kopytoff, un pionnier dans la théorie de la biographie des choses, démontre dans *The Cultural Biography of Things* que certaines marchandises sont exclues, par décret, de la sphère d'échange lorsqu'elles sont acquises. Par exemple, les médicaments de prescription ne sont destinés qu'à un seul consommateur aux fins d'un seul usage. À l'opposé du spectre il y a, ce que Kopytoff nomme les « durable goods » (Kopytoff, 1986, p. 75). Il les définit comme des biens qui ont une vie utile qui dépasse éventuellement celle des besoins de leur propriétaire et peut combler des besoins d'autres personnes. Dès lors, cette marchandise retourne dans la sphère d'échange, notamment par le marché de seconde main. De plus, certaines marchandises sont commercialisées comme étant de bons investissements ou alors ayant une valeur de revente élevée.

Igor Kopytoff explique toutefois que ces marchandises ne sont pas juste produites comme des biens, mais elles sont aussi **marquées culturellement**, c'est là la base de sa réflexion. Certains biens et marchandises peuvent être perçus comme communs par certains et exceptionnels par d'autres.

1.3.3 Statut d'objet commun, singulier et sacré

Pour Kopytoff, la marchandise peut être classifiée dans différent type de catégories allant du plus **commun** et quotidien (*commodities*) au plus **singulier**. Si une portion de notre environnement doit être considérée comme sacrée, la singularisation ne garantit pas une **sacralisation**¹. La **singularisation** peut s'effectuer de deux manières : (1) lorsqu'on retire l'objet de son usage commun et (2) lorsque l'offre est restreinte. (Kopytoff, 1986, p. 74; Pearce, 2012, p. 320) Elle est instiguée par un individu ou par un groupe d'individus et peut émerger d'une question d'ordre morale.

Jocelyne Mathieu utilise le terme **objet populaire** comme véhiculant « une idée de non-académisme, faisant valoir une transmission de nature familiale, locale et régionale. » (Mathieu, Jocelyne, 2001, p. 41) L'**objet savant**, pour sa part, est celui qui a été étudié dans un contexte particulier souvent institutionnel, soit par des études de terrains ou en s'inspirant des contextes artistiques ou médiatiques, et qui a été mis en valeur de quelques façons que ce soit (Mathieu, Jocelyne, 2001). Le tissu que forment les objets populaires et les objets savants pourrait respectivement se nommer, comme le suggère Jocelyne Mathieu, la culture populaire et la culture savante. Les deux agissent comme des vases communicants, car « les objets [sont] perçus différemment par ceux qui les confectionnent, par ceux qui les possèdent, par ceux qui les utilisent et ceux qui les étudient. »

¹ La sacralisation quant à elle se produit sur un objet singularisé. L'objet ainsi sacralisé devient un véhicule dont les valeurs utilitaires et esthétiques sont excédées « The sacralized item becomes a vehicle of transcendent experience which exceeds its utilitarian and aesthetic endowment. » (Pearce p. 320)

1.3.4 Valeur symbolique

En passant d'un statut à l'autre, l'objet peut se charger de différentes **significations** (Julier, 2000, pp. 62,63). Pour Paul duGay (1997), sociologue de la culture de la consommation, les produits sont porteurs de significations dans un certain univers culturel au sein d'un système de connaissances partagées (Ravasi et Rindova, 2004). Dans cet univers culturel donné, cette **valeur symbolique** est reconnue par la relation qu'il entretient avec d'autres objets-symboles. Davide Ravasi et Violina Rindova, dans *Creating Symbolic Value : A Cultural Perspective On Production And Exchange*, expliquent, en se basant sur l'ouvrage de Paul duGay, que bien que les entreprises essaient d'injecter du sens dans leur produit, notamment par le marketing, le succès de cette volonté ne relève pas exclusivement d'eux. La médiatisation du produit dans la presse, les utilisations que les consommateurs en font pour construire leur identité sociale, la manière dont la société normalisera sa distribution et, dans un plus large spectre, comment la société utilise l'objet, participent à l'ajout de couches de sens et créent une valeur culturelle. Ultimement, cette valeur rend l'objet significatif pour une communauté donnée.

Selon le Larousse, le symbole est un « signe figuratif, être animé ou chose, qui représente un concept, qui en est l'image, l'attribut, l'emblème, par exemple : le drapeau, symbole de la patrie » (Le Larousse, 2015). Dans la mesure où ce signe permet d'exprimer l'identité individuelle et signale leur statut social, les recherches en sociologie de la culture et en anthropologie de la consommation suggèrent que les biens ont une **valeur symbolique** (Ravasi et Rindova, 2004, p. 1). Ajoutons que pour Abraham Moles, « le champ esthétique ou dispersionnel ou connotatif de l'objet, passe avant sa “signification” qui s'exprime dans sa fonction “utilitaire” au sens conventionnel. La symbolisation passe avant la signification fonctionnelle immédiate » (Moles, 1969, p. 9). En somme, un produit possède une valeur signifiante aussitôt qu'on l'acquiert. Plus encore, cette valeur signifiante selon Peter Corrigan est un nouvel usage que l'on fait de l'objet qui va au-delà de l'usage évident relié à sa forme concrète (Corrigan, 1997). L'exemple avec lequel Corrigan illustre son propos est celui du chat acheté à l'animalerie par une famille. Une fois l'animal intégré à son nouveau logis, il devient plus qu'un simple chat, il est un membre de cette famille. Il est passé de

marchandise, avec une valeur d'échange, à animal singulier, significatif, il a acquis une valeur d'usage symbolique. Cela nous amène donc à utiliser la notion de valeur symbolique en plus de la valeur d'usage et d'échange. Thierry Bonnot, ethnologue spécialiste de la biographie des objets, nous met toutefois en garde à ce sujet :

Affirmer que l'objet "s'enrichit d'une signification nouvelle", c'est admettre avec Baudrillard (1968 : p. 104) que l'objet ancien "[...] n'a plus d'incidence pratique, il est là uniquement pour signifier. [...] il a une signification bien spécifique dans le cadre du système : il signifie le temps". La signification de l'objet est une notion que la perspective biographique remet fondamentalement en cause. Plutôt que l'objet lui-même, c'est évidemment son statut social et symbolique et l'interprétation qu'en font ses manipulateurs qui s'enrichissent et s'additionnent aux représentations dont il a été le support depuis sa production physique (Bonnot, 2004, p. 151).

Il est donc important d'insister sur l'addition de couche de sens et non le remplacement de significations précédentes. Nous n'établissons avec ce travail qu'un portrait instantané d'un temps donné, l'objet lui continuera sa « vie ». La **valeur symbolique** n'est donc pas figée dans le « temps » (tout comme la valeur d'usage et d'échange) et l'interprétation qui découle de ce travail n'est qu'une manipulation des faits parmi d'autres qui permettent toutefois d'enrichir le corpus documentaire de la chaise *Solair*. D'ailleurs, Bonnot ajoute que dès qu'un objet « subit une ou plusieurs transformations (technique, physique, usuelle ou symbolique) [il] peut être [...] gratifié d'une vie » (Bonnot, s.d., p. 1). Nous pouvons donc légitimer ici le fait d'écrire une des vies de la chaise *Solair* sur notre hypothèse de recherche qui repose sur la démonstration de la transformation des couches de valeurs à travers de différents événements et différentes représentations de l'objet.

1.3.5 Notion de contexte communicatif

Bonnot (2004) nous suggère qu'écrire la vie d'un objet met en lumière les différents statuts de l'objet selon des contextes donnés. Nous emprunterons la notion de contexte communicatif d'Umberto Eco. Il utilise la notion de **contextes communicatifs** pour caractériser les possibles sens que l'on peut donner aux mots (Eco, 1992). Cette notion

est largement utilisée dans la deuxième partie de ce mémoire. Selon Alain Benoist, le « contexte est une construction psychologique, un sous-ensemble des hypothèses du sujet sur le monde, c'est-à-dire une actualisation en mémoire de travail de certains éléments de la représentation du monde » (Benoist, 2002, p. 66). Le contexte et l'interprète sont intimement liés à l'interprétation. Par exemple, lorsque l'on dit le mot *rose*, plusieurs **sens** sont possibles par un processus d'interprétation, mais c'est à travers le recours à un code que ce processus sera actionné. *Rose* peut être une fleur, une couleur, un vitrail d'église, un titre de roman ou de film. Entre le mot et l'interprétation, il y a une série imprévisible et potentiellement infinie de code. Eco nomme *Espace C* le lieu de médiation entre le mot et le code où il y a existence d'un choix. Cet espace, qui permet de caractériser l'interprétation, est un **contexte communicatif**. En d'autres termes, il y a toujours un contexte lorsqu'un message est reçu. Si je parle du milieu de la *restauration* à un ébéniste ou un architecte, je peux parler par exemple d'un restaurant ou alors de la réparation d'un meuble ou immeuble ancien dépendamment du sujet, du lieu et du temps de la conversation.

Dans le même ordre d'idée, les valeurs associées à l'objet et les statuts qu'il revêt dépendent du **contexte communicatif** et de celui qui l'interprète. Les **contextes communicatifs** peuvent être multiples et se chevaucher, ce qui fait que les interprétations sont aussi multiples. En tenant compte de cette pluralité de contextes, nous sortons d'une relation duale objet-sujet, pour entrer dans une relation ternaire objet-sujet-contexte (Blandin, 2009; Eco, 1992).

1.3.6 Notion de représentation

Selon Barthes, pour étudier le sens des objets, il faut « recourir à un ordre de représentations où l'objet est livré à l'homme d'une façon à la fois spectaculaire, empathique et intentionnelle, qui est la publicité, le cinéma et le théâtre. [...] On

pourrait à ce moment isoler, dans l'objet représenté, des signifiants et des signifiés » (Barthes, 1991, pp. 254-255) ². Le mot représentation est emprunté du latin *repraesentere* qui signifie « rendre présent ». De plus, par son préfixe *re-*, on pourrait ajouter que c'est le fait de présenter à nouveau. Bien que celles-ci puissent avoir lieu à la lecture des représentations physiques, ce n'est pas au concept de représentation mentale utilisée en psychologie qui nous servira dans ce mémoire. Les représentations que nous utiliserons dans la deuxième partie du travail présentent toutes à *nouveau* la chaise *Solair* au moyen d'images ou de mots.

1.4 Méthode : L'approche biographique

Si ce mémoire propose d'utiliser l'approche biographique, Thierry Bonnot stipule que deux conditions sont nécessaires pour se pourvoir cette méthode.

Il faut que l'objet étudié ait une histoire, un devenir fait d'évolutions et de mutations de statuts : pour cela, il faut qu'il ait à un moment donné de son parcours suscité l'attachement d'un individu ou d'un groupe d'individus - et les ressorts de cet attachement sont à la fois collectifs et individuels. S'il y a attachement, il y a devenir de l'objet - qui de simple produit devient, par exemple, objet de décor- ; et s'il y a devenir de l'objet, c'est qu'il y a eu attachement (Bonnot, s.d., p. 9).

Effectuer une biographie d'un produit c'est essayer de sortir du carcan matérialiste des objets, de démontrer que cet objet n'est pas seulement un produit de l'industrie, mais

2 Roland Barthes utilise les notions de signifiant, signifié et signification directement inspirées de Ferdinand de Saussure, père de la sémiologie et de la linguistique. Le signifiant peut être une forme, un objet, un mot, une peinture. Le signifié est, quant à lui, l'idée à laquelle on associe ledit signifiant. La relation entre le signifié et le signifiant constitue le signe, la signification. Cette relation est variable et arbitraire. Elle varie selon l'époque et le contexte culturel. Comme le fait remarquer Stuart Hall, les signes doivent être interprétés ou décodés dans un processus actif par le lecteur pour « faire sens » Stuart Hall, *Representation : cultural representations and signifying practices*, Culture, media, and identities (London ; Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications in association with the Open University, 1997), 18.

aussi un produit social. Maintes fois démontrée, l'approche biographique ne s'applique pas seulement aux êtres humains, mais aussi aux objets (Appadurai, 1986; Bonnot, 2002; Jarrassé, 2013; Kopytoff, 1986; Pearce, 2012; Pomian, 2003; Rheims, 1959). L'objet nous informe sur la société dans laquelle il « vit » (Appadurai, 1986). Pour faire la biographie d'un objet, Igor Kopytoff (1986) affirme qu'il pose les mêmes questions que celles qu'il poserait à un individu :

In doing biography of a thing, one would ask questions similar to those one ask about people: What, sociologically, are the biographical possibilities inherent in its "status" and in the period and culture, and how these possibilities realized? Where does the thing come from and who made it? What as been its career so far, and what people consider to be a ideal career for such things? What are recognized "ages" or periods in thing's "life", and what are the cultural markers for them? How does the thing's uses changes with its ages, and what happens to it when it reaches the end of its usefulness? (Kopytoff, 1986, pp. 66-67).

Kopytoff prend pour exemple la hutte dans la société Suku du Zaïre pour expliquer sa démarche, il démontre comment au fil des années la hutte se transforme physiquement, que les usages suivent cette transformation et les significations suivent ces mutations. Au début, la hutte sert de résidence aux propriétaires, ensuite aux invités, et successivement, un lieu de rassemblement pour des ados, un endroit pour cuisiner, un abri pour les chèvres ou un poulailler jusqu'à ce que les termites gagnent ultimement la maison et qu'elle s'écroule (Kopytoff, 1986, p. 67). L'état physique de la hutte représente différents âges et correspond à un usage. D'ailleurs, Kopytoff ajoute que visiter un Suku et être hébergé dans une hutte servant de cuisine véhicule un message fort à travers la communauté. À chacun de ses âges, il y a un nouveau sens. La biographie nous permet ainsi de mettre en évidence différents éléments qui démontrent l'attachement des individus aux objets. Pour Thierry Bonnot,

Il ne suffit pas de dire qu'un objet connaît plusieurs étapes dans sa vie, passant de la marchandise à l'utilité, puis de la désuétude au déchet ou au patrimoine privé ou public. On peut dire cela de nombreux objets en général, et élaborer à peu de frais un modèle biographique avec ses passages obligés. Mais on manque alors l'essentiel de ce qui fait l'intérêt de cette méthode, à

savoir les situations d'échanges humains/non humains, les actions effectuées, les récits, les manipulations, les pratiques que seule une enquête empirique peut permettre de prendre en compte (Bonnot, s.d., p. 4)

Cette approche issue de l'ethnologie n'est pas sans rappeler la vision des études sur la culture matérielle.

Par culture matérielle, il faut entendre non seulement l'analyse de l'objet pour lui-même, la description des matériaux, des techniques et du décor, mais aussi ce qu'il révèle quant à l'adaptation du milieu, aux conditions économiques, aux fonctions magiques et religieuses. [...] On étudie donc les objets de la culture matérielle en les associant aux gestes humains, dans leur milieu porteur de rituels et de pratiques transmises, et ce aussi bien dans la période industrielle que préindustrielle (Desdouits et Turgeon, 1997, p. 25).

La biographie nous force à prendre en considération l'histoire factuelle de l'objet tout en prenant en compte une autre facette, par exemple ses représentations, afin de dévoiler les différents statuts et valeurs de l'objet lui-même³.

C'est pourquoi nous allons interroger l'objet en deux temps. Le premier se concentrera sur l'histoire factuelle de la chaise *Solair*. Le deuxième mettra en évidence les différentes mises en scène de la chaise *Solair*, autant dans le monde imaginaire (cinéma, télévision, littérature) que dans le monde réel (dans un commerce, dans une publicité), afin d'explicitier les différents sens qu'elle porte et de qualifier sa valeur symbolique. Chacune de ces parties compte deux chapitres.

3 « L'approche biographique consiste à réfuter la vision strictement matérialiste des objets dans la société pour prendre en compte la variété des statuts, des rapports sujets/objets, des goûts esthétiques, des techniques, des valeurs et les changements de perception subie par les objets matériels au cours de leur existence. [...] Cette approche est nécessairement interdisciplinaire. » Thierry Bonnot, «Biographies d'objets», (s.d.): 1.

1.4.1 Première partie

La première partie, constituée de faits historiques, se penche sur l'histoire de la chaise *Solair*. Son premier chapitre (chapitre 2) raconte l'histoire de la chaise *Solair* de sa création jusqu'à son déclin vers 1990. Il relate les débuts de la profession de designer industriel et la genèse de la chaise alors qu'on l'appelait « la chaise de motel ». Y sont présentés l'entreprise qui l'a produite, les designers qui l'ont créé. Ce premier chapitre se conclut sur le déclin de la popularité de la chaise *Solair*. Le deuxième chapitre de la première partie (chapitre 3) décortique chronologiquement les événements clés qui ont participé à la renaissance de chaise *Solair* à partir de 2007 et qui lui ont valu la nomination d'« icône du design québécois ». L'entrée de la chaise *Solair* dans les musées, l'entreprise qui la réédite, la reconnaissance des experts et des médias, ainsi que sa nouvelle commercialisation, y sont abordées. La conclusion de ce chapitre commente les statuts attribués à la chaise *Solair* aujourd'hui.

Outils méthodologiques de la première partie (biographie par les faits historiques)

Dans la première partie, l'interprétation des sources documentaires est inspirée de l'approche développée par le Centre interuniversitaire d'études sur les lettres, les arts et les traditions (CELAT). L'article de Jacques Mathieu, *L'objet et ses contextes* (1987) révèle une méthode de documentation et d'interprétation de l'objet. Dans un premier temps, le chercheur tente de lire l'objet d'une manière la plus objective possible. Certains aspects de l'objet dont sa technique de fabrication, ses caractéristiques morphologiques, son modèle, sa provenance, ses usages, son coût et sa date de fabrication sont ainsi relevés afin de le décrire, d'en saisir les particularités et d'identifier ses homologues. Il s'agit ensuite, dans un deuxième temps, d'identifier le réseau principal des acteurs qui influencent la vie présente et qui ont influencé la vie passée de l'objet. Les différents acteurs ayant influencé le cours de la vie de l'objet, par exemple les fabricants de l'original et de la réédition, les designers et les commissaires l'ayant choisi comme *expôt* (Davallon, 1986; Desvallées et Mairesse, 2005; Desvallées et Mairesse, 2010), sont révélés. Une fois que l'objet est intégré dans une chronologie, il est possible de mettre au jour les différents statuts qu'il porte ainsi que la trajectoire pour y arriver.

1.4.2 Deuxième partie

La deuxième partie du mémoire se concentre sur les représentations publiques de la chaise *Solair*. Le chapitre 4 interprète les différentes utilisations et mises en scène de la chaise *Solair* afin de rendre compte de sa signification et des couches de sens que l'on peut en tirer. Il est divisé selon les **contextes communicatifs**. Le chapitre 5 synthétise les acquis de l'interprétation en lien avec la partie historique. Il sera divisé en trois parties : la synthèse historique, la synthèse de la commercialisation et la synthèse sémantique. Finalement, dans la conclusion on retrouve les moments historiques marquants de la chaise *Solair*, un bilan de l'interprétation des représentations, un retour sur la notion d'icone de design et une ouverture sur les perspectives de recherches.

Outils méthodologiques de la deuxième partie (biographie par les représentations)

La cueillette des représentations de la chaise *Solair* a été effectuée de mai 2013 à janvier 2015. Des amis, professeurs, collègues et autres connaissances m'ont aidée à répertorier quelques apparitions qui figurent au chapitre 4. Ce n'est qu'après avoir pu rassembler les représentations de la chaise *Solair* qu'il a été possible de les catégoriser dans les **contextes communicatifs** selon les sens donnés. Les représentations qui sont traitées dans ce travail appartiennent à différents univers. Elles appartiennent d'un côté au monde imaginaire (longs métrages, de vidéoclips, littérature,) et de l'autre au monde réel (images médiatiques et publicités). Ces images sont traitées à un même niveau, dans une idée de mise en scène de l'objet, de manifestations publiques de la chaise *Solair*. Malgré l'impossibilité de faire une recherche exhaustive, les nombreux exemples recueillis ont permis de faire état de la construction de valeur symbolique autour de la chaise *Solair* telle qu'elle existe en 2015.

La sémiotique offre une méthode qui peut pour nous aider à décrire et interpréter les images. Sans être une analyse sémiologique proprement dite, deux notions empruntées à Catherine Saouter dans *Le Langage visuel* (2000) soit l'iconicité et la plasticité ont été utilisées. Le plan plastique s'apparente au signifiant et correspond au domaine des couleurs, des contrastes, des formes et de la composition de l'image. Le plan iconique, quant à lui, réfère aux figurations, c'est-à-dire à ce que la plasticité

raconte, il serait donc le signifié.

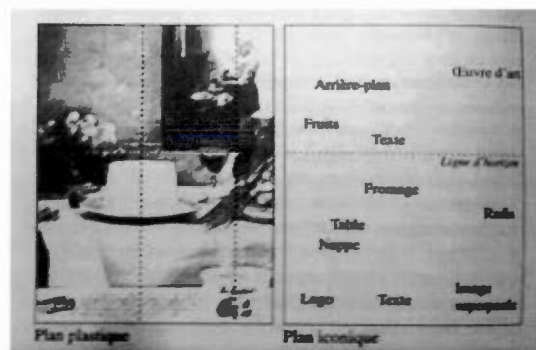
« [L]'iconicité désigne les interventions qui sont faites dans le plan plastique pour organiser le registre des contrastes de telle manière qu'une nomination des formes, ligne et composition puisse être effectuée. Cette nomination identifie des figurations, des représentations. Par le biais de la représentation, on reconnaît un objet : ceci suppose littéralement l'actualisation d'une vision antérieure » (Saouter, 2000, p. 41).

Saouter prend pour exemple la ligne d'horizon. « Sur le plan de la plasticité, c'est une ligne tracée ou virtuelle qui va d'un bord à l'autre du tableau. Sur le plan de l'iconicité, c'est une ligne qui déborde de ses limites pour [...] faire le tour de la planète » (Saouter, 2000, p. 47).

Pour compléter l'interprétation, ce plan iconique sera examiné afin de délimiter un champ lexical (Figure 1). Un champ lexical contient des mots qui appartiennent à une même idée. Il donne un univers symbolique à l'image en juxtaposant des éléments entre eux et en évoquant, par association, des connotations qui ne sont pas nécessairement limpides à priori et qui sont variables d'un contexte à l'autre. Par exemple, le mot *rose* dans un champ lexical comprenant les mots *bébé*, *naissance*, *enfant*, *père* et *mère*, ne porte pas la même connotation que dans un champ lexical qui contiendrait *amour*, *passion*, *pétale*, *rouge*. D'un côté, il s'agit plutôt de la couleur et de l'autre de la fleur.

Figure 1. Plan plastique et iconique

Source : Saouter, 2000 : 102



Un mot peut avoir plusieurs significations, dans ce cas il possède plusieurs champs lexicaux, comme dans l'exemple du mot *rose*. Dans ce cas, l'ensemble des significations est appelé champ sémantique. Un champ sémantique « est l'ensemble des formes que peuvent revêtir dans différents contextes les signifiants lexicalisés correspondants à un ensemble commun de références » (Descamps, 1992).

Ces notions ont été pour nous des outils méthodologiques plus qu'un cadre théorique. Elles ont été un moyen d'interpréter la « vie » de la chaise *Solair* dans les représentations afin d'en révéler l'univers symbolique. Il semble à priori incongru d'emprunter des outils à différentes disciplines, mais c'est un des avantages de l'approche biographique. C'est une méthode interdisciplinaire (Bonnot, s.d., p. 1).

1.5 Sources documentaires sur la chaise *Solair*

1.5.1 Sources primaires

Les sources primaires se sont révélées rares. Malgré de nombreuses tentatives de prise de contact, par courriel et téléphone, les entreprises productrices de la chaise *Solair* ont été avares d'informations. Des archives, telles que des dessins originaux et un plan de moule, n'ont donc pas pu être examinées. Les détails de fabrication et le lieu actuel de production de la chaise *Solair* restent, pour l'instant, inconnus. Même silence de la part de Michelange Panzini, architecte, le designer toujours vivant de la chaise, son collègue Fabio Fabiano étant décédé en 2012. Il n'a pas répondu à la demande de collaboration à la présente étude. Malgré ces nombreuses portes closes, il m'a été possible de rejoindre, à sa résidence, Julien Métivier, ancien directeur des ventes des Industries Provinciales. Lors d'une courte conversation téléphonique, de précieuses informations ont été colligées et seront exposées dans ce travail.

1.5.2 Sources secondaires

Les sources secondaires au sujet de la chaise *Solair* sont nettement plus abondantes que les sources primaires. Ces sources secondaires, comme des articles de périodique, des catalogues d'expositions, rapports de recherche, ont servi à reconstituer le trajet

chronologique de la chaise *Solair* et elles constituent la base interprétative de données de l'historiographie que l'on retrouve dans la première partie. La publication de l'exposition *Québec en design* du Musée national des beaux-arts du Québec (2007) regroupe des textes d'Odile Dumais, de Paul Bourassa, de Marc Choko, de Sylvie Berkowicz et de Bernard Arcand ainsi que les présentations des objets ayant été exposés à ladite exposition. C'est en feuilletant ce catalogue de l'exposition *Québec en design* présentée au Centre de design de l'UQAM en 2007 que les questions qui ont mené à la présente étude ont d'abord été soulevées (Musée national des beaux-arts du Québec *et al.*, 2007). Lucie Lavigne (2007), journaliste, consacre un article complet à la chaise *Solair* dans le quotidien *La Presse*. Elle a interviewé Julien Métivier, Michelange Panzini, Claudia Fabiano, Frederick Metz, Michel Dallaire et un propriétaire de motel, Raymond Boudreau. Le contenu est synthétique et va à l'essentiel. Ce mémoire sera l'occasion d'aller plus en détail dans l'histoire de la chaise *Solair*.

La chaise *Solair* est un objet de collection pour plusieurs institutions muséales, dont le Musée des beaux-arts de Montréal, en 1999, le Musée national des beaux-arts du Québec en 2005, et le musée virtuel de Bellechasse en 2014. Les dossiers d'acquisition de la chaise *Solair* ont été consultés au MNBAQ et au MBAM. Ces documents ont aussi servi à relever les dates d'acquisition de la chaise pour chaque musée. Celui du MNBAQ comprenait, entre autres, les curriculum vitae de Fabio Fabiano et Michael Panzini, des informations techniques sur la chaise et une revue de presse couvrant l'exposition *Québec en design*. Il a été possible d'interviewer en personne Paul Bourassa, ancien conservateur du Musée national des beaux-arts du Québec. Celui du MBAM ne comporte qu'une fiche signalétique et un article de la conservatrice, Diane Charbonneau (2010). Danielle Blanchette, au service des archives du Musée des Beaux-Arts de Montréal, a été consultée en complément aux documents fournis.

De plus, les catalogues Sears et Eaton des années 1970 à 1975 ont été examinés à la Bibliothèque et Archives nationales du Québec, on y a trouvé les encarts publicitaires de la chaise *Solair*. La société historique de Bellechasse a publié en 2007 un dossier sur la famille Métivier relatant la création des Industries provinciales limitées (IPL). On y retrouve aussi une section sur la chaise *Solair* (Bilodeau, 2007).

De nombreux articles au sujet de la chaise *Solair*, et ceux ayant utilisé son image ont été répertoriés au Québec (Hudon, 2009; Lamontagne, 2013; Lapointe, 2011; Lavigne, 2007, 2009, 2010), au Canada (Auteur inconnu, 2009; Robicheau, 2012; Verner, 2009), aux États-Unis (Auteur inconnu, 2009; Doonan, 2012; Mendelsohn, 2013; Muther, 2011; Wolly Pocket, 2010) et en Italie (Auteur inconnu, 2011). De plus, la chaise *Solair* apparaît dans des documents iconographiques, tels que des longs métrages (Nunez et Gowan, 1993; Pilote, 2013), des séries télévisions (Manson et Fawcett, 2014; Savoie, 2008), un vidéoclip (Gagnon, 2013), des livres (Duhamel-Noyer et Olivier, 2006) dont un roman (Bourbaki, 2008) et finalement un d'album de musique *folk* (Gingras, 2013). Ces documents n'avaient jamais été recensés. Voici donc l'occasion de les regrouper et de les analyser.

1.6 Limitations

Le fait que ce travail soit une étude de cas unique est sa plus grande limitation. Faute de contreexemple, d'un vaste échantillonnage ou de comparatifs, ce type d'étude ne permet pas de tirer de généralités ni de règles universelles. Par contre, il permet d'observer et d'expliquer des phénomènes propres au cas étudié. Une autre des limites de la présente étude est liée au manque de sources primaires. Des entrevues avec le designer survivant et le producteur actuel de la chaise *Solair* auraient sans aucun doute permis de bonifier la reconstitution de l'histoire. La réticence de l'entreprise à me fournir des informations détaillées m'a fait réaliser à quel point il est ardu de faire de la recherche sur un objet toujours en production, probablement à cause du « secret industriel ». Grâce à cette limite, j'ai été contrainte de développer une autre manière de recueillir de l'information. L'échéancier fait partie du lot des limitations, la collecte des représentations de la chaise *Solair* s'est terminée en janvier 2015, il fallait mettre un terme aux recherches, afin de rédiger le mémoire, malgré le fait que des représentations continueront à émerger. Le mémoire a donc été limité par la nature de l'objet, le manque de ressource primaire et les contraintes de temps.

PARTIE 1 : LA GENÈSE DE LA CHAISE *SOLAIR*

CHAPITRE 2

LA CHAISE *SOLAIR* : LA « CHAISE DE MOTEL »

« Cette banale chaise de motel en plastique orange est presque une icône [...] » — Paul Bourassa, un des commissaires de l'exposition *Québec en design* (Bourdon, 2007)

Ce chapitre traite de la première vie de la chaise *Solair*, celle qui lui a valu l'appellation de « chaise de motel » bien avant celle d'icône de design. Dans un premier temps, le chapitre relate une partie de la préhistoire propre au produit en question, c'est-à-dire le contexte d'émergence de la profession de designer au Québec. La thèse de Martin Racine a été d'une immense aide dans cette reconstruction. Le chapitre s'intéresse ensuite à la commande de la chaise *Solair* et interroge les principaux acteurs et les modes de mises en marché de l'époque pour tracer un portrait factuel de l'objet. Le chapitre 2 retrace ainsi l'histoire de la chaise *Solair* de sa naissance en 1972 à son déclin, à la fin des années 1980.

2.1 La profession de designer industriel au Québec

Au Québec, la profession de designer industriel existe depuis moins de soixante ans. Elle éclot dans une période particulière où l'art et l'industrie se confrontent. Au cours des années 1930, l'École du meuble de Montréal fait figure de proue dans le domaine de l'objet et du meuble. Jean-Marie Gauvreau, à la direction, prône la tradition, l'artisanat et l'art. Il est le premier Canadien à être formé à l'École Boulle, prestigieuse institution française d'enseignement des métiers d'arts. Dans la lignée du mouvement *Arts and*

Craft, il est antagoniste aux idées modernes que manifeste, par exemple, le Bauhaus (Racine, 2007). Toutefois, Paul-Émile Borduas, Marcel Parizeau et Maurice Gagnon font partie du corps professoral et adoptent une vision plus moderne des arts. Malgré cette ouverture au changement présente chez quelques professeurs, Gauvreau rejette l'esthétique industrielle au profit des matériaux nobles comme le bois (Racine, 2007). D'ailleurs, Paul-Émile Borduas perd son poste de professeur à la suite de la publication du *Refus global*, en 1948, dont il était le principal instigateur. Le *Refus global* dénonce l'immobilisme du Québec et conteste les valeurs de l'époque. Il est cosigné par 15 artistes du mouvement Automatistes, fondé lui aussi par Paul-Émile Borduas (Couture et Allaire, 1993; Racine, 2007).

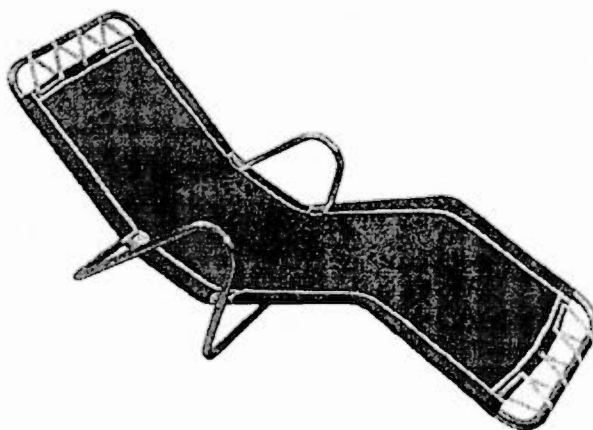
Suivant l'embauche de Julien Hébert, le design commence à être enseigné à l'École du meuble vers les années 1950. Québécois d'origine, Hébert est formé en sculpture à l'École des beaux-arts de Montréal et détient un baccalauréat en philosophie. Sa curiosité pour l'art moderne le mènera à un stage en Europe qui le mettra en contact étroit avec l'art, l'architecture et le design. Il y rencontre notamment Ossip Zadkine, un des maîtres de la sculpture cubiste qui deviendra son maître, et prend contact avec les idées du Bauhaus (Racine, 2007). Il revient donc au Québec avec de nouvelles ambitions et une vision plus moderne de l'enseignement que celle reçue à l'École des beaux-arts de Montréal (Racine, 2007). En 1951, il participe au premier concours de design canadien organisé par le Conseil national d'esthétique industrielle (Findeli et Racine, 2003; Racine, 2007). Ce concours, qui s'est avéré un événement marquant pour la profession de designer, a comme mandat de promouvoir « l'usage innovateur du bois et de l'aluminium et l'exploitation des nouvelles technologies de mise en forme » (Racine, 2007, p. 80). Julien Hébert y présente une chaise de jardin qui lui ouvrira une porte pour devenir designer industriel : la chaise *Contour* (Figure 2). Il sera primé lors ce concours tout comme Norman Slater⁴ (Racine, 2007). En 1954, Julien Hébert et

⁴ Norman Slater est diplômé en architecture à McGill. Il a étudié en design industriel au Chicago Institute

Jacques Guillon⁵ expose à la Triennale de Milan et font l'objet d'articles dans plusieurs prestigieuses revues de design, dont la revue *Domus* (Racine, 2007).

Figure 2. «Contour Lounge Chair» par Julien Hébert en 1953

Source : Fonds Julien Hébert au MNBAQ (Racine, 2007 : 83)



Julien Hébert crée du mobilier rivalisant avec le mobilier traditionnel en bois, qui demeure la norme dans les intérieurs québécois. Cette nouvelle manière de concevoir et de produire le mobilier connaît ses détracteurs. Jean-Marie Gauvreau, par exemple, voit dans ces productions une menace pour la culture québécoise (Findeli et Racine, 2003, p. 34). La menace d'envahissement de la culture américaine laisse méfiants certains

of Design de l'Illinois Institute of Technology. (Harry Stilman, «Norman Slater», dans *École d'architecture / In memoriam*, éd. Université McGill (Montréal 2003), Martin Racine, *Le rôle de Julien Hébert (1917-1994) dans l'émergence du design au Québec*, (2007).

⁵ Jacques Guillon, français d'origine, immigré au Québec. Il est formé en architecture à l'Université McGill. *Le rôle de Julien Hébert (1917-1994) dans l'émergence du design au Québec*, (2007). Il est connu notamment pour le logo du métro de Montréal. Aujourd'hui, gsmprjct est l'héritage de la firme qu'il a créée à l'époque.

Canadiens français qui luttent pour la reconnaissance d'une identité distincte et d'une culture qui leur est propre. Malgré ce contexte défavorable, les designers pionniers comme Julien Hébert, Henry Finkel et Jacques Guillon réussissent à définir les fondements de la profession au Québec (Racine, 2007). C'est dans ce climat divisé entre art et industrie que le métier de designer industriel émerge au Québec entre les années 1930-1960.

À cette époque, le contexte politique change radicalement lui aussi. La Grande Noirceur a fait place à la Révolution tranquille. Le Québec sort d'un état de stagnation socioculturelle maintenu par un régime politique conservateur influencé par le clergé et entre dans l'ère du modernisme. C'est une période de changement où l'on voit naître un libéralisme orienté vers les intérêts économiques de la nation et vers la justice sociale (Linteau *et al.*, 1989). L'élection de Jean Lesage comme premier ministre en 1960 constitue un tournant pour l'histoire du Québec. Son gouvernement met en place plusieurs sociétés d'État comme Hydro-Québec et la Caisse de dépôt et placement (Linteau *et al.*, 1989). Plusieurs ministères sont créés, tels que le Ministère de l'Éducation et celui des Affaires culturelles. L'importance de l'éducation et du syndicalisme s'amplifie.

Le maire Drapeau est réélu à la Ville de Montréal et règnera pour les 26 années suivantes (Linteau *et al.*, 1989). Sous ses mandats se concrétisent des projets tels que le métro de Montréal et l'Exposition universelle de 67. Outre le succès de l'Expo 67, les années 1960 sont fastes pour le développement urbain de la métropole alors que plusieurs chantiers importants sont réalisés. On voit s'ériger la Place Ville-Marie en 1962, la Place des Arts en 1963, Habitat 67 en 1967, le métro souterrain en 1966 et le Westmount Square en 1967. Tous les yeux, et surtout les yeux de ceux qui s'intéressent au design, se tournent vers ce Montréal qui rayonne sur la scène internationale (Linteau, 2000). Le grand mouvement de changement et de valorisation de l'identité québécoise s'enclenche ainsi, tant sur le plan municipal que sur le plan provincial. À cette époque de changement, la profession de designer industriel commence à se définir et à être reconnue au Québec.

En 1964, malgré les divisions entre l'art et l'industrie, les designers persistent et créent l'Association des designers industriels du Québec. Sous l'égide de l'Association canadienne des designers industriels (ACID), la division québécoise est, au départ, chapeautée par Henry Finkel, Jacques Guillon et Julien Hébert (ADIQ, 2015). Ce n'est qu'au cours des années 1980 et 1990, plusieurs organismes visant à valoriser le design tels que l'Institut Design Montréal, Liaison design et Forum design sont aussi créés.

En 1969, dans la foulée de la Commission Rioux chargée d'enquêter sur l'enseignement des arts au Québec, le premier programme d'étude universitaire en design industriel est créé à l'Université de Montréal (Couture et Allaire, 1993; Gauthier, 2009). L'insatisfaction des étudiants à l'égard des enseignements qu'ils reçoivent à l'École des beaux-arts de Montréal est le point de départ d'un mouvement étudiant revendicateur⁶, qui, avec ses sympathisants, fait pression sur le gouvernement Lesage. Le rapport Rioux, influencé par le contexte d'Expo 67 et certains membres actifs dans la création du programme de design industriel à l'Université de Montréal, fait une place particulière au design (Gauthier, 2009). Le mouvement étudiant et ses sympathisants font pression sur le gouvernement Lesage. En 1969, en plus de la création du programme de design industriel de l'Université de Montréal, l'Institut des arts appliqués est intégré au cégep du Vieux-Montréal. L'École des beaux-arts de Montréal, quant à elle, est intégrée à l'UQAM (Racine, 2007, pp. 110,129). Avant ces fusions, aucun

⁶ Ils entraînent en grève avec eux l'Institut des arts appliqués de Montréal, les Arts graphiques, l'école des Beaux-arts de Québec, le conservatoire d'art dramatique et de musique de Montréal et la Faculté de musique de l'Université de Montréal. « La revendication principale des étudiants est la mise sur pied d'une commission d'enquête portant sur l'enseignement de toutes les disciplines artistiques et à tous les niveaux, à l'image et à la suite de celle de la Commission Parent dont le rapport complet vient à peine d'être publié. » Réal Gauthier, «Préhistoire de l'école de design industriel: l'influence induite de la commission Rioux et, indirectement de la HFG d'Ulm sur la genèse de l'école», dans *Tête, Coeur, Main : 40 ans de design industriel à l'Université de Montréal*, sous la dir. de Roger Camous, et al. (Montréal : École de design industriel, 2009), 97-98. Guy Rocher, membre de la commission Parent, appuie les étudiants. La Commission royale d'enquête sur l'éducation présidée par M. Parent produit un rapport sur l'enseignement qui n'a pas accordé beaucoup d'importance aux arts. Ibid., Thierry Haroun, «42 ans plus tard - Le rapport Rioux suscite toujours le débat», *Le Devoir*, 8 janvier 2011, Francine Couture et Serge Allaire, *Les arts visuels au Québec dans les années soixante*, 2 vols., Essais critiques (Montréal : VLB éditeur, 1993).

designer ne détient de diplôme en design d'une institution d'enseignement québécoise. C'est pourquoi les designers québécois de l'époque sont formés localement en art ou ailleurs dans le monde en art et design, notamment en Europe ou aux États-Unis. Par exemple, Julien Hébert détient des diplômes en art de l'École des beaux-arts de Montréal et en philosophie de l'Université de Montréal. Comme il le note dans son rapport pour la commission Rioux en 1968, une majorité des designers qui pratiquent au Québec à l'époque sont des immigrants qui sont attirés par le rayonnement de la ville de Montréal (Racine, 2007, p. 110). « Il y a actuellement à Montréal 300 designers à cause de l'Expo, mais qui n'ont pas fait leurs études ici. À l'Expo, 10 % des designers sont canadiens » (Racine, 2007, p. 110).

Ce résumé historique nous amène à constater qu'au début des années 1970, la profession de designer industriel au Québec commence à s'organiser. Bien que des praticiens du design œuvrent dès la fin des années 1930, le contexte favorable à la reconnaissance de ces professionnels ne se manifeste que vers les années 1960. La vague de l'Expo 67 a insufflé une dynamique fertile qui a certainement encouragé la sympathie du gouvernement et des entreprises manufacturières envers les designers. À la fin des années 1960, la création de l'association des designers, le rapport Rioux, et la naissance de programmes d'études en design donnent les moyens de former des designers au Québec. Ainsi, lorsque la commande de la chaise *Solair* est formulée en 1972, l'état de la profession n'en est encore qu'à ses balbutiements. C'est dans ce contexte que la chaise *Solair* voit le jour. Les prochaines sections de ce chapitre se concentrent sur cet objet et la façon dont il s'inscrit dans la pratique du design au Québec.

2.2 Chaise de Motel : la genèse

En 1969, dans son ouvrage *The Sciences of the Artificial*, Hebert A. Simon, prix Nobel d'économie de 1978, définit le designer comme suit : « Everyone who devises courses of action aimed at changing situations into preferred ones is a designer » (Simon, 1988). En d'autres termes, le design est une activité intellectuelle qui consiste à modifier des situations existantes pour les transformer en situations préférables. Le design, une pratique hybride, allie des impératifs économiques et culturels. Cette

activité construit d'un même coup la forme physique de même que la signification symbolique des objets et des lieux.⁷ Que cet exercice intellectuel réponde à une demande extérieure ou à une insatisfaction émanant du designer lui-même, la commande est une requête spécifique visant à l'amélioration d'un état de fait ou de quelque chose qui existe. Interprétée par les designers, la commande prend une forme physique. Ainsi, l'étude de la commande permet de saisir les prémisses qui sous-tendent la mise en forme d'un objet, dans le cas échéant, la chaise *Solair*.

2.2.1 La commande

La chaise *Solair* est donc née en 1972 d'une commande précise, suite à l'insatisfaction de la chaise *Tournesol*, un produit manufacturé par Les Industries provinciales (IPL) située à Saint-Damien-de-Buckland. « [La chaise *Tournesol*] était inconfortable et suscitait le mécontentement des clients. Assis, on avait tendance à glisser » explique Julien Métivier, ex-directeur des ventes d'IPL inc. (Lavigne, 2007, p. 2). Le représentant de Sears à Toronto de l'époque informe Métivier que s'il existait une chaise semblable à la *Tournesol*, mais plus confortable et plus résistante, elle susciterait sans doute une forte demande. Il n'en faut pas plus pour que Métivier réponde à cette suggestion (Métivier, 2014). La commande de la chaise *Solair* se détaille en une chaise d'extérieur plus économique à produire et plus confortable que la chaise *Tournesol* déjà sur le marché. La conception de cette chaise est confiée à Fabio Fabiano et Michelangelo Panzini, designers-collaborateurs d'IPL. L'échéancier de conception est inconnu, toutefois les designers arrivent à une proposition en un seul week-end (Lavigne, 2007).

⁷ « Design is therefore a hybrid field, uniting economic and cultural imperatives, shaping both the physical form but also the symbolic meanings of objects and places. » Norma M. Rantisi et Deborah Leslie. « Branding the Design Metropole : The Case on Montréal, Canada », *Area* 38, no. 4, p. 374

2.2.2 Les designers

Comme il a été déjà mentionné, près de 90 % des designers œuvrant à Montréal dans les années 1960 sont des immigrants. Michelange Panzini et Fabio Fabiano, tous deux d'origine italienne, font partie de cette statistique. En 1970, trois ans après l'Expo 67, ils fondent leur bureau à Montréal, probablement attirés par l'effervescence et le rayonnement de la ville dans les domaines de l'architecture et du design.⁸ La même année, alors que le design amorce sa professionnalisation au Québec, ils reçoivent le mandat de créer la chaise *Solair*. Cette section relate le parcours individuel et conjoint de Fabiano et Panzini. L'identité des designers, leurs origines, leurs formations et leurs influences permettent de mieux connaître ceux qui ont donné forme à la chaise *Solair*.

Michelange Panzini, né en France de parents italiens, arrive au Québec en 1956. Il détient un diplôme en architecture de l'Université de Montréal et un diplôme en design industriel à l'Université de Syracuse de New York. En 1968, on le retrouve parmi l'équipe lauréate du concours de l'Association du Ciment Portland dans la revue *Architecture, Bâtiment et Construction*. Le projet qui permet à l'équipe de se démarquer est un complexe d'habitations et de boutiques qui se situerait aujourd'hui sur le site du Complexe Desjardins en face de la Place des Arts. Alors étudiants en architecture à l'Université de Montréal, Panzini et ses collègues, Jules Auger, Maurice Cabana et Gilles Gagnon, sont supervisés par Robert H. Rowan et Michel Lincourt (Lincourt, 1968). Aujourd'hui, Panzini pratique essentiellement la profession d'architecte. Parmi ses réalisations, on retrouve des condos et des complexes hôteliers, dont le quai des Éclusiers et le Faubourg St-Laurent, tous deux à Montréal (Lavigne, 2007).

⁸ Il existe très peu de littérature au sujet de ces designers. Le décès d'un d'entre eux, en 2012, et le mutisme de l'autre aux demandes d'entrevues ont rendu la tâche ardue pour la recherche. Néanmoins, le dossier d'acquisition du Musée National des Beaux-arts du Québec consulté en octobre 2013 recèle des informations précieuses et quelques articles les mentionnant ont été trouvés dans les périodiques d'architecture grâce à l'ouvrage de Claude Bergeron.

Originaire de Città di Castello en Italie, Fabio Fabiano poursuit des études de deuxième cycle en design industriel à l'Université de Syracuse de New York aux États-Unis après l'obtention de son diplôme d'architecture de l'Université de Florence. Selon son curriculum vitae, il a travaillé à Montréal en 1972. Toutefois, il aurait quitté la ville un an plus tard au terme de son partenariat avec Panzini. Au cours de sa carrière, il a créé de nombreux produits dans différents secteurs d'activité : électronique, télécommunication, éclairage, objets domestiques et mobilier. Il pratique le design en Italie, au Canada et aux États-Unis tout en collaborant avec de nombreuses entreprises telles que Cambell Contract au Texas (Campbell Contract, 2013; Fabiano, Fabio, 2007). On retrouve ses créations tant dans le domaine résidentiel que dans le domaine commercial. Outre des objets, il réalise plusieurs intérieurs pour des banques, des commerces de détail et des bureaux.⁹ Il enseigne à l'Université de Montréal, à l'Université de l'Ohio et à l'Université du Texas à Arlington. Toutefois, à partir de 1993, sa principale occupation est d'enseigner le design à l'Université du Maryland (Fabiano, Fabio, 2007). Fabiano est décédé en juin 2012 (The Washington Post, 2012).

Fabiano et Panzini étudient le design ensemble à Syracuse. Par contre, on ne sait pas à quel moment ils se rencontrent. En 1972, un article cosigné par ces derniers paraît dans la revue *Domus* et s'intitule *Dal Canada : per le vacanze*, tout comme leur projet de fin d'études à Syracuse. Le projet qui y est présenté est un système architectural modulable, à partir de « panneaux sandwich » en résine acrylique, pour un complexe d'habitats de vacances au Canada (Fabiano, Fabio et Panzini, 1972). Cette collaboration mènera à l'ouverture d'un bureau de design à Montréal en 1970, mais elle sera brève,

⁹ En 1996, il expose quatre pièces de mobilier à l'exposition internationale du meuble de Milan en Italie. Ses travaux ont été exposés à l'Italian Cultural Institute de Washington et au département des arts du collège Colby Sawyer dans le New Hampshire. Université du Maryland, «Fabio Fabiano», (Archives du Musée national des beaux-arts du Québec. 2006), Campbell Contract, «Fabio Fabiano», (2013) Il organise en collaboration avec l'*Italian Cultural Institute* de Washington, une série de conférences sur le design italien, à l'automne 1996, expérience qu'il répète à la galerie d'art Corcoran. Université du Maryland, «Fabio Fabiano», (Archives du Musée national des beaux-arts du Québec. 2006), Campbell Contract, «Fabio Fabiano», (2013)

car les deux designers mettent fin à leur bref partenariat en 1973 (Lavigne, 2007). Michelangelo Panzini se tourne alors vers l'architecture tandis que Fabio Fabiano retourne en Italie et pratique le design industriel pour ensuite revenir l'enseigner aux États-Unis. Panzini raconte qu'il était difficile de vivre comme designer industriel au Québec dans les années 1970 et qu'il admirait la persévérance de Michel Dallaire, aujourd'hui éminent designer industriel (Lavigne, 2007). Durant ces trois années d'association, Fabiano et Panzini ont la chance d'être engagés par IPL, une entreprise spécialisée dans le moulage de plastique. Les designers conçoivent un pichet à lait et un récipient à ustensile pour IPL avant d'être mandatés pour concevoir la chaise *Solair*.

2.2.3 L'entreprise

À l'époque où les programmes de formation en design sont créés dans les universités et où les associations professionnelles de designers industriels ont commencé à être reconnues, IPL inc. fait partie de la courte liste des entreprises qui ont contribué à l'essor de la profession au Québec. Selon Michel Dallaire, « déjà en 1972 [IPL était] un très gros mouleur qui donnait de l'espoir aux jeunes designers » (Lavigne, 2007). Certaines entreprises québécoises, comme Resentel et Danesco, jouent un rôle important dans l'embauche de cette génération de designers. Dans ce qui suit, on explique comment IPL s'est établie au Québec, les produits qui l'ont fait connaître et son rôle clé dans la production de la chaise *Solair*. Établie à Saint-Damien de Buckland dans la région de Bellechasse-Etchemins, IPL œuvre aujourd'hui dans le domaine de la plasturgie. Le contexte industriel de la création de la chaise et le rôle que cette entreprise joue pour la région permettent de situer ce produit dans la culture matérielle de ce territoire.

2.2.3.1 Industrie provinciale limitée

En 1939, IPL, Industries provinciales limitées, est créé par Louis Métivier et son fils Joseph-Émile Métivier. La genèse de l'entreprise est particulièrement intéressante en raison de l'empreinte positive qu'elle laisse dans la région de Bellechasse. Lorsque Louis Métivier installe une forge ainsi qu'un petit magasin tenu par sa femme sur le terrain de son domicile, l'entreprise commence à prendre forme (Bilodeau, 2007). Pour

offrir du travail à son fils, Joseph-Émile, Louis Métivier construit un nouveau bâtiment et y installe, en 1933, l'invention de Napoléon Aubin, dit Boulonneau : *la machine à Boulonneau* (Bilodeau, 2007) qui sert à fabriquer des manches d'outils. Tous les fils de Louis s'impliquent dans l'entreprise, mais c'est Joseph-Émile qui s'y investit le plus. Avec cette nouvelle machine, Louis et lui se lancent dans la fabrication de manches de balai. Cela constitue le point de départ de la croissance de l'entreprise pour les infrastructures ainsi que pour les ressources humaines.

L'entreprise s'enregistre sous le nom d'*Industrie provinciale* le 14 février 1939 et la « *shop à balais* » voit le jour avec une quinzaine d'employés à son bord. Selon Benoit Métivier, il semble que Joseph-Émile préférerait employer des gens de la région plutôt que de s'enrichir personnellement (Bilodeau, 2007). Plus tard, il paie de sa poche la construction du pont de la route des Abénaquis pour que l'entreprise puisse maintenir ses activités. Durant la Seconde Guerre mondiale, IPL fournit l'armée en balais et vadrouilles, ce qui confirme l'importance de cette entreprise dans l'industrie de l'époque. Alors qu'en 1947 « une grève de trois mois de la marine marchande ralentit l'approvisionnement en paille », Joseph-Émile Métivier, loin d'être atterré par cette situation, en profite pour produire des balais plus courts qui servent à nettoyer les vêtements (Bilodeau, 2007).

Après la guerre, Joseph-Émile Métivier décide de produire des brosses à dents pour diversifier ses produits. Vers 1950, il se rend en Europe, là où les avancées techniques pour ce genre de produit semblent prometteuses. IPL entre à ce moment dans l'ère du plastique. Gustave Côté, un machiniste de la région, conçoit et opère le premier moule de brosses à dents commercialisées sous la marque de *Dr Hardy*.¹⁰ En 1952, IPL se munit d'une première presse à injection pour fabriquer des poignées et des étuis de

¹⁰ J.-Émile trouve le Dr Hardy en question dans l'annuaire et obtient la permission de ce dernier d'utiliser son nom comme marque de commerce. Réjean Bilodeau, « Les Métivier : bâtisseurs d'église et d'entreprises québécoises », dans *Des grands Belchassois*, éd. Bulletin de la Société historique de Bellechasse (: Société historique de Bellechasse, 2007)

brosses à dents (IPL inc., 2015). La capacité de production de cette presse à injection excède les besoins de ces petits objets, alors, pour rentabiliser l'investissement, IPL produit une variété d'objets en plastique, dont la chaise *Solair*. Au cours des années qui suivent, IPL se dote de la plus grosse presse à injection du monde qui permet, entre autres, de produire 500 capots d'autoneiges par jour, ce qui lui vaudra plusieurs prix. En 1972, l'entreprise se déleste complètement de la production de balais et de vadrouilles, dont une partie revient aux Industries Émile Lachance.

Grâce à ce virage plastique, l'entreprise ne cesse de croître et distribue ses produits au Canada et aux États-Unis, d'où elle administre des entreprises satellites. Spécialisée dans le moulage à injection, IPL produit des produits ménagers, des récipients, des caisses de boissons gazeuses, des chaises d'extérieurs et des pièces pour l'industrie automobile. De 1961 à 1970, IPL met sur le marché la première chaise de jardin en forme de coquille, marquant ses débuts d'exportation vers les États-Unis et de 1971 à 1980, elle produit la première chaise monobloc au Canada (IPL inc., 2015). Au début des années 1990, IPL s'équipe d'une presse capable de mouler des bacs roulants et commence à produire les bacs de recyclage que l'on retrouve notamment au Québec.¹¹ Ainsi, cette compagnie fait toujours partie du quotidien de nombreux Québécois qui participent aux collectes sélectives des déchets.

Aujourd'hui, la Société historique de Bellechasse reconnaît la famille Métivier comme un élément du patrimoine et lui a même consacré, en 2006, un feuillet dans sa collection des *Grands Bellechassois*. En 1991, la revue *Commerce* souligne la contribution de Joseph-Émile en le nommant « l'un des bâtisseurs du Québec » aux

¹¹ Au début des années 1990, l'entreprise se retire de plusieurs secteurs de production en raison de leur précarité grandissante, ou d'un marché trop restreint. En délestant les produits dédiés au secteur de l'automobile et des produits ménagers, IPL se concentre sur la production des produits d'emballage et de manutention en se concentrant sur l'environnement. Un geste visionnaire considérant l'écrasement de l'industrie de l'automobile dans les années qui ont suivi ce changement de cap et la popularité du secteur de l'environnement qui fleurit encore aujourd'hui.

côtés de J-Armand Bombardier, Pierre Péladeau, Jean Coutu et Paul Desmarais. Il fait partie des vingt personnalités qui reçoivent, en 2014, un hommage aux fondateurs industriels pour leurs contributions à l'activité industrielle dans la région de Bellechasse-Etchemins (Lamontagne, 2014). Les débuts modestes de cette entreprise familiale ne laissent pas présager une telle reconnaissance. Le contexte d'émergence de l'entreprise IPL est étroitement lié au développement économique et industriel de St-Damien et même de la région de Bellechasse. La diversification des secteurs de production et les multiples changements de cap pour rester à l'avant-garde en matière d'innovation et de distribution auront assuré non seulement la prospérité d'IPL, mais celles d'autres entreprises de la région, comme l'Industrie Émile Lachance qui produira plus tard les coquilles de remplacement de la chaise *Solair*.

2.2.4 La chaise *Solair*

Précédents

Comme mentionné précédemment, en 1972, IPL donne à Fabio Fabiano et à Michelange Panzini le mandat de concevoir une chaise plus confortable et plus résistante que la chaise *Tournesol* que l'entreprise produit à l'époque. La chaise *Tournesol* appartient à la typologie de chaise panier. Elle est constituée d'une coquille soutenue par un piètement formant à la fois le dossier et l'assise. L'histoire des chaises paniers (*basket chairs*), ou des chaises soucoupe (*saucer chairs*) ne font pas encore l'objet de recherches historiques. Toutefois, il est possible d'en repérer des exemples dans l'histoire des chaises en rotin. Par exemple, nous connaissons le fauteuil *Papasan*, originaire d'Asie, qui est constitué d'un panier en osier déposé sur un socle (The Papasan Company, 2015)(Figure 3). Ce fauteuil est importé en Amérique du Nord après la Deuxième Guerre. Dès 1893, dans la revue *The Decorator and Furnisher*, la chaise

panier est présentée comme un incontournable du décor d'une chambre d'invité.¹² Ce type de chaise est revisité dans les années 1950, notamment en 1953 avec la version de Terence Conran, un designer anglais, qui crée la *Basketweave Cone Chair* (Figure 3). Le socle en osier du papasan y est remplacé par un piètement constitué d'un cerceau de métal et de fines pattes. Chez Sears, dans les catalogues précédant la création de la chaise *Solair*, on retrouve une chaise panier en osier munie d'un piètement de métal et une chaise panier tout en fer forgé (Simpsons-Sears Limited., p. 1971; T. Eaton Co., p. 517) (Figure 4).

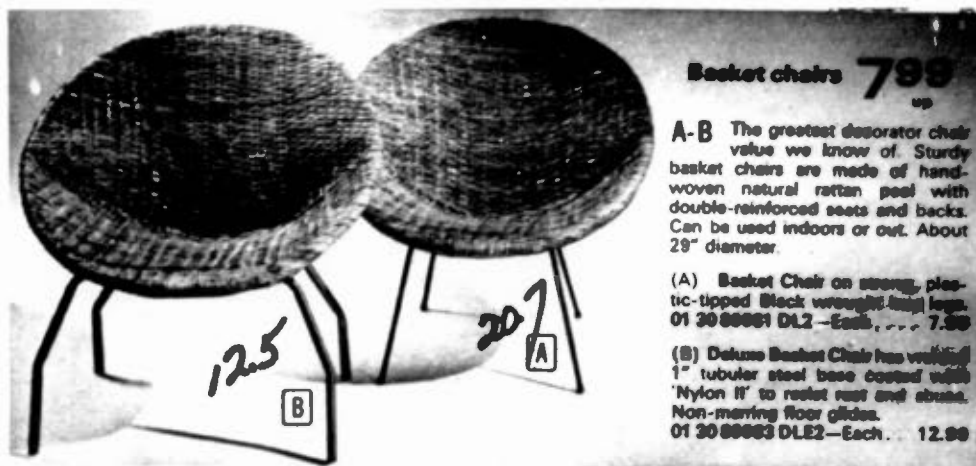
Figure 3. Papasan

Source : The Papasan Company, 2015



¹² « It is just the fact of having a well plenished writing table, a waste basket, a steady table near the bed, a cozy basket-chair or a sofa, which makes the difference between the guest chamber and a room in a hotel. » Auteur inconnu, «Decorative Notes», *The Decorator and Furnisher* 23, no. 2 (1893).

Figure 4. Chaise panier en Osier
Source: Sears, Spring/Summer 1972 p. 517



En ce qui concerne la chaise *Tournesol*, elle est constituée d'un panier en plastique soutenu par un piètement en métal. Les percements qui criblent sa coquille forment un dessin semblable à ce que l'on pourrait obtenir avec un spirographe qui ressemble vaguement à une fleur de tournesol (Figure 5). Outre la chaise *Tournesol*, d'autres chaises ont pu avoir influencé et inspiré Fabiano et Panzini pour la conception de la chaise *Solair* même si ce n'est pas rapporté dans les médias.

Figure 5. Chaise Tournesol
Source : Canadian Design Resource

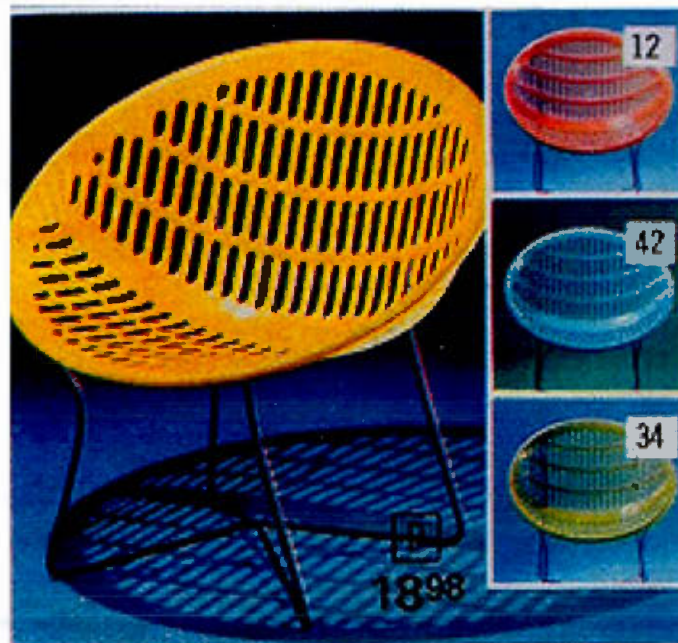


Forme

Reprenant la forme de la chaise d'osier et les matériaux de la chaise *Tournesol*, le principe de la chaise *Solair* est assez simple; une coquille repose sur un cerceau de métal muni de pattes pliées. La chaise *Solair* conserve les meilleurs attributs de la chaise *Tournesol* et de la chaise panier d'osier vendue chez Sears à l'époque. Le panier de la chaise *Solair* est une coquille de plastique de couleur vive ajourée de trous oblongs. Ces ouvertures permettent un écoulement de l'eau de pluie en plus de donner une certaine souplesse à la coquille, sans toutefois la fragiliser comme c'était le cas pour la chaise *Tournesol*. La forme, presque identique au panier d'osier, donne une meilleure assise que la *Tournesol* qui était beaucoup plus évasée et dont l'assise poussait l'utilisateur à glisser hors de la coque. L'apparence de la chaise *Solair* lui vaut parfois d'être comparée à un panier à linge, ce qui est moins flatteur que d'être comparée à une fleur comme la chaise *Tournesol* (Figure 6). L'utilisation du plastique a permis d'alléger les chaises panier en osier et de faire en sorte qu'elles résistent mieux aux intempéries.

Figure 6. Chaise Solair

Source : Eaton Spring Summer 1976 p. 309



Le piètement, quant à lui, est presque invisible sous la coquille. Émaillé en noir, il se fond dans le décor pour laisser flotter l'assise comme un satellite en orbite. Un des cousins des Métivier, Jean-Baptiste Métivier (1920-1994) décroche le premier contrat de piètement de la chaise *Solair*. Issu d'une famille où l'on est forgeron de père en fils, il est le troisième du nom à tenir la forge familiale. Il fabrique 50 000 supports métalliques pour la chaise *Solair* en dix-sept ans (Bilodeau, 2007, p. 14). Le plastique et le métal qui constituent la chaise *Solair* dialoguent; l'un est lié à l'industrialisation et l'autre au travail artisanal du forgeron. C'est la rencontre entre modernité et tradition.

2.2.4.1 Matériaux et technique de fabrication

Assise

L'assise de la chaise *Solair* est fabriquée à partir de HDPE, du polyéthylène de haute densité. Ce matériau se retrouve, entre autres, dans les sacs de plastique, les bacs de recyclage, les bouteilles de détergents tels que l'eau de javel et les jouets pour enfants. Il se colore facilement, offre une bonne résistance aux chocs, aux acides et aux bases, aux hydrocarbures de même qu'à l'eau chaude, mais résiste mal aux rayons ultraviolets en plus d'être difficilement soudable. La résistance aux UV peut être accrue par l'ajout de stabilisateurs, malgré tout, selon Julien Métivier, certaines couleurs, comme le vert, ont tendance à se dégrader plus facilement (Métivier, 2014).

Le principe de moulage par injection employé pour fabriquer la *Solair* requiert un moule, de la chaleur et un matériau thermoréactif. Plusieurs stratégies comme l'utilisation de clés permettent de produire des moules aux formes complexes. Des billes de plastique de la couleur désirée sont chauffées au point de fusion du matériau. Le plastique à l'état liquide est injecté dans le moule par des points d'injections soiemment placés. Une fois le plastique refroidi, la partie mobile du moule est retirée pour permettre à la pièce de tomber sur un convoyeur. Le moule est refermé pour procéder à la fabrication de la pièce suivante. Les points d'injections et les lignes du moule doivent être sablés à la main ou mécaniquement selon la finition souhaitée.

Un seul point d'injection est visible sur la coquille de la chaise *Solair*. Situé à l'arrière de la chaise, au milieu de l'assise, ce point d'injection autour duquel parait un renflement est scié et non sablé. La ligne du plan de moule se trouve sur le pourtour extérieur du repli de la coquille. D'autres lignes de moulage se retrouvent à l'arrière. Ces détails suggèrent que la finition du dos n'était pas jugée prioritaire, car la forme de la chaise et l'impact des couleurs font que ces détails passent inaperçus.

Piètement

Le piètement de la chaise *Solair* est constitué de trois tiges d'acier. Deux tiges pliées en « w » et placées perpendiculairement l'une à l'autre forment les pattes et la troisième tige forme le cerceau sur lequel est posée la coquille de plastique. L'acier est un alliage de deux métaux élémentaires, le fer et le carbone. La teneur en carbone détermine la dureté de l'acier. Ce matériau peu couteux se soude facilement. Lorsqu'il est émaillé, comme dans le cas de la chaise *Solair*, il devient plus facile à entretenir et il résiste davantage à la corrosion ainsi qu'aux chocs thermiques.¹³ Grâce à ses formes simples et à ce matériau économique, le cout de production de ces piètements empilables reste minime.

2.2.5 La dissémination

La chaise *Solair* est mise en marché dans deux grands bassins de distribution; les bassins commercial et résidentiel. Dans le milieu commercial, on la retrouve surtout dans les motels. Sa distribution dans les grands magasins permet aux familles de se la procurer, car elle est une option modeste et colorée aux chaises de parterre offertes à cette époque. De cette façon, elle peut se tailler une place dans le paysage québécois des années 1970 et 1980.

2.2.5.1 Mise en marché dans les grands magasins

De 1973 aux années 1980, la chaise est distribuée d'abord chez Sears à partir de l'été 1973 puis chez Eaton à partir de l'été suivant. Ces grands magasins rejoignent leur clientèle par le biais de catalogues, ce qui expliquerait la pénétration de la chaise *Solair*

¹³ L'acier est soudable, mais vulnérable à la corrosion. Plusieurs traitements existent pour contrer cette fragilité et l'émaillage en fait partie. Au nombre des avantages de ce dernier procédé figurent la facilité de nettoyage de l'acier et l'augmentation de la résistance aux chocs thermiques. Arcelor Mittal, «Les aciers pour émaillage et l'acier émaillé : Guide d'utilisation», (2008),p. 2

dans des foyers québécois loin des grands centres urbains. Ces grands magasins ciblent une clientèle variée; les familles modestes comme les familles aux revenus plus élevés sont de potentiels clients. Selon Michelle Comeau, historienne :

Dès ses débuts, Eaton, “le magasin de la famille”, utilise largement la publicité. Quantité d'annonces publicitaires sont publiées dans les journaux montréalais à grand tirage, en français comme en anglais, que ce soit *The Montréal Daily Star*, *The Gazette* ou *La Presse*, qui s'adresse tous à la famille moyenne. [...] En même temps, Eaton s'efforce de séduire une clientèle plus aisée en affirmant sa présence dans le journal s'adressant à la bourgeoisie d'affaires montréalaises, *The Montrealer*, où ses annonces semblent plus sophistiquées que celles publiées dans les quotidiens. (Comeau, 1995 : 60).

Dans les catalogues de Sears et d'Eaton, le nom «*Solair*» ne figure pas dans la note descriptive, on insiste plutôt sur sa relation aux autres chaises paniers en osier ou en fer forgé. La description insiste toutefois sur les qualités matérielles exceptionnelles notamment la robustesse, sa résistance au froid et la facilité d'entretien. Des housses adaptées à la fois aux chaises *Solair* et aux chaises panier en osier sont également offertes. Cette concordance des housses démontre à quel point les deux types de chaises se ressemblent formellement. Dans les mêmes catalogues, on juxtapose des sacs *beanbag* aux couleurs vives, des chaises d'extérieurs ou une sélection de housses d'intérieur pour les chaises paniers (Figure 7). Cette variété de mise en marché explique en partie la popularité de la chaise *Solair* qui convenait à plusieurs foyers de l'époque selon son utilisation. L'étude de ces catalogues permet aussi de souligner qu'elle n'est pas considérée comme un objet de design signé, comme le sont d'autres produits d'IPL vendus chez Eaton. Par exemple, les créations d'André Morin y sont présentées, en 1979, comme des objets fonctionnels et esthétiques (Morin, 2014). Une publicité parue dans *La Presse* en 1980 annonce même une rencontre publique avec le designer pour discuter des produits qu'il a créés. La promotion de la contribution d'un designer comme valeur d'estime inculquer au produit existe à cette époque, mais ce n'est pas ce qui est mis de l'avant pour la chaise *Solair*.

Figure 7. Chaise Solair dans le catalogue Eaton

Source : Eaton Christmas 1975 p. 229



En 1973, Sears vend la chaise *Solair* au prix de 18,98 \$, ce qui équivaut aujourd'hui à 102,87 \$ selon l'estimation du site de calcul de l'inflation de la Banque du Canada (Banque du Canada, 2014). À moins de 20,00 \$, elle demeure accessible à la classe moyenne. Elle coûte moins cher que la chaise panier en fer offerte à 35,98 \$ (environ 195,01 \$ en 2014) et plus dispendieuse que la version en osier. La chaise *Solair* est ainsi une alternative à meilleur prix que la chaise de fer forgé.

2.2.5.2 Les motels, une niche de distribution

Comment expliquer que la chaise *Solair* se retrouve aussi massivement dans les motels du Québec et de la côte Est des États-Unis dans les années 1970-1980? C'est

vers 1925 que l'on construit les premiers motels aux États-Unis en partie en raison de l'étalement urbain, de l'avènement de la villégiature et des travailleurs nomades (Bisson et Vanlaethem, 2008; Elston, 1998). Étroitement liés au mode de transport automobile individuel, les motels sont à la route ce que les grands hôtels sont aux chemins de fer. La démocratisation de l'automobile joue un rôle particulier dans la popularisation de ce nouveau mode d'escale touristique (Elston, 1998). À l'époque, les vacances en automobile se popularisent, et les motels répondent aux besoins générés par cette manière de voyager. Aux États-Unis, on dénombre 61 000 motels vers la fin des années 1960 (Elston, 1998). Au Québec, les motels remplacent peu à peu les traditionnelles *cabines*. En 1958, leur nombre s'élève à 450 et, dix ans plus tard, en 1968 on en compte près de 900. Le tourisme de l'Expo 67 n'est probablement pas étranger à ce boom de l'industrie hôtelière (Taillon, 2009). Cette prolifération offre un marché idéal pour vendre des chaises en plusieurs exemplaires.

C'est dans ce contexte que la chaise *Solair* entre en production et se dissémine. Le vaste réseau de distribution responsable de l'apothéose de la chaise entre les années 1975 à 1988 est étroitement lié à l'important créneau que les motels représentent dans le monde de l'ameublement. Le réseau de distribution canadien et états-unien acquis au cours des années d'expansion de diversification d'IPL a contribué à la dissémination de la chaise. Ce réseau s'est établi grâce à plusieurs secteurs d'activités comme celui des articles ménagers. Des camions remplis de chaises *Solair* sillonnent les routes du Québec, de l'Ontario et des États-Unis et des colporteurs frappent directement aux portes des motels et des restaurants pour vendre la chaise (Métivier, 2014; Muther, 2011).

2.3 Conclusion

Dans la foulée des années de professionnalisation du métier de designer, IPL fait partie de la liste des entreprises qui contribuent à l'essor de la profession de designer industriel au Québec. L'arrivée de la vague des matériaux de synthèse comme le HDPE et le pragmatisme du directeur des ventes d'IPL qui a su saisir les occasions comptent parmi les facteurs concourants de sa production. Michelangelo Panzini et Fabio Fabiano, designers contractuels, n'ont fait que leur travail en répondant à la commande d'une

entreprise. IPL distribue la chaise pour l'ameublement de jardins et de balcons de ménages modestes. On la trouve notamment dans les quincailleries et les grands magasins comme Sears et Eaton, tant au Canada qu'aux États-Unis. Le succès commercial de la chaise *Solair* est subordonné au réseau de distribution au Canada et aux États-Unis développés au cours des années d'expansions de diversification de l'entreprise. Le prix modique et le mode de mise en marché de la chaise *Solair* démontrent qu'elle n'est pas commercialisée comme un objet de design signé ni comme un bel objet que l'on expose. Alternative aux autres chaises paniers de fer forgé, elle est valorisée par ses qualités matérielles.

Vers la fin des années 1980, la chaise *Solair* se fait déclasser par les chaises en résine de synthèse qui sont un choix encore plus économique. Ensuite survient une soudaine impopularité qui entraîne une baisse des ventes (Lamontagne, 2013). C'est en partie pour cette raison qu'IPL se déleste de la production de la *Solair*. Au début des années 1990, IPL cède complètement le secteur des produits de consommation aux Industries Émile Lachance (IEL), incluant la fabrication de la chaise *Solair* (Lamontagne, 2013). Avec l'acquisition des anciens moules d'IPL, IEL continue de fabriquer les coquilles de remplacement des chaises *Solair* (Industries Émile Lachance, 2004). La chaise *Solair* subit alors un déclin et une quasi-disparition du marché. Cet objet bon marché, associé aux motels, est voué à tomber dans l'oubli. Toutefois, comme la deuxième partie de ce chapitre en témoigne, le destin en aura décidé autrement.

CHAPITRE 3

LA CHAISE *SOLAIR* « ICONE DE DESIGN »

Le déclin de la popularité de la chaise *Solair* dure plus de trente ans. Afin de mieux comprendre la trajectoire de cet objet momentanément oublié, mais aujourd'hui vendu dans des boutiques spécialisées à travers le monde, ce chapitre relate chronologiquement les événements clés qui ont mené à la redécouverte de la chaise *Solair* à la suite de son déclin. On y décrit les circonstances de sa renaissance dans le milieu muséal au début des années 2000, de sa réédition comme objet de design et sa seconde mise en marché.

3.1 Mise en contexte historique

Dans les années 1970-1980, années qui suivent les débuts de la professionnalisation du métier de designer industriel, s'installe au Québec un climat favorable à la diffusion et la promotion du design. Si le Québec découvre le design au moment de l'Exposition universelle de 1967, ce sont les institutions d'enseignement et les regroupements associatifs fondés durant ces décennies qui lui permettent de se préparer aux années 1990, alors que l'on assiste à un extraordinaire déploiement de créativité dans tous les champs du design (Musée national des beaux-arts du Québec. *et al.*, 2007).

En 1986, Johanne Lépine dresse un premier portrait historiographique de la profession de designer industriel au Québec (Lépine, 1986). La même année, le rapport Picard identifie le design comme un des leviers de relance économique pour la ville de Montréal. Commandé par le gouvernement fédéral afin d'étudier une stratégie de

relance économique pour Montréal, le rapport Picard stipule que le design fait partie de sept axes pouvant stimuler l'économie (Ville de Montréal, 2006). Parmi les initiatives mises en branle dans les années 1990 en réponse à ce rapport, on compte la création du poste de commissaire au design au sein de la Ville de Montréal, le Bureau Design Montréal et le concours Commerce Design Montréal. Mises en place par les instances municipales, ces initiatives créent un contexte favorable à la promotion et à la diffusion du design. En 2006, ce phénomène culmine avec la nomination de Montréal comme ville UNESCO de design. Des chercheurs hors du domaine du design ont même mesuré l'importance socioéconomique du design pour Montréal et son potentiel créatif (Florida et Stolarick, 2006; Ransiti et Leslie, 2009). Selon ces chercheurs, cette valorisation est le résultat de mesures ou de règlements adoptés par des groupes en autorité (Ransiti et Leslie, 2009). Elle ne vient pas d'une demande des consommateurs, mais bien des instances municipales et de l'entreprise privée qui y voient une occasion de rayonnement économique et une valeur ajoutée. Si les années 1970 sont les années de la professionnalisation du design, les années 1990 et 2000 sont les années de la valorisation économique du design.

La deuxième vie de la chaise s'amorce ainsi dans un contexte de forte effervescence en ce qui a trait à la diffusion du design et à son potentiel économique. La chaise *Solair* profite de cet engouement pour l'objet de design. Les institutions savantes jettent un nouveau regard sur cet objet populaire. De plus, la réédition de la chaise et sa réinjection sur le marché participent à rentabiliser les Industries Émile Lachance.

3.2 La chaise *Solair* dans les musées.

3.2.1 Musée des beaux-arts de Montréal

La chaise *Solair* sort de l'oubli et connaît une deuxième vie lorsque, en 1999, sa version jaune est acquise au Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM) étant du lot des œuvres acquises par la collection Lilianne M. Stewart. La chaise *Solair* n'a jamais été exposée avec les autres objets de design de la collection au MBAM.¹⁴ Diane Charbonneau, conservatrice de la collection, a choisi de ne pas exposer la chaise *Solair* parmi les œuvres choisies sous prétexte que les visiteurs peuvent en voir des quelques exemplaires sur la terrasse du Musée.¹⁵ Dans cette institution, on expose le design de manière traditionnelle : seul un cartel court accompagne les œuvres qui ne sont pas mises en contexte. Les objets sont donc présentés comme des œuvres d'art autonome au sein de l'espace muséal. Il est clair qu'avec une collection de plus de 3000 objets, il est nécessaire de faire une sélection, et l'absence de la chaise *Solair* parmi les objets exposés est le résultat de cette contrainte. On garde donc l'original dans les voûtes au profit d'exposer des items de collections plus sacratiser. Toutefois, ce choix révèle aussi qu'on laisse entrer la chaise *Solair* au musée tout en la considérant toujours comme objet commun. Le MBAM garde donc un original de la *Solair* dans ses voûtes et utilise plusieurs exemplaires issus de sa récente réédition sur sa terrasse (Figure 8; Figure 9).

¹⁴ Visite in situ au Musée des Beaux-arts de Montréal le 28 janvier 2015 et confirmé par le courriel de Danielle Blanchette Service des archives Technicienne en documentation Musée des beaux-arts de Montréal le 23 octobre 2014.

¹⁵ En effet, plusieurs chaises *Solair* font partie des meubles installés sur la terrasse du Lab Design. Inauguré en 2008, le Lab Design, *à mi-chemin entre une salle de démonstration et un lieu d'habitation*, est situé dans le pavillon Liliane et David M Stewart, là où est exposée la collection d'art décoratif et de design du musée. Diane Charbonneau, «Vitrine sur le design. Le design à la portée de tous au Lab Design du Musée des beaux-arts », dans *Ornamentum* (: Decorative Arts in Canada / Les arts décoratifs au Canada, 2010)

Figure 8. Image de la chaise *Solair*

Source : Fiche signalétique item D96-144 du MBAM



Figure 9. Lab Design

Source : Musée des Beaux-Arts de Montréal



La conservatrice de la collection, Diane Charbonneau, qualifie la chaise *Solair* de *patrimoine vernaculaire* (Charbonneau, 2010; Québec, 2010). Selon le Larousse, le langage vernaculaire est « une langue parlée à l'intérieur d'une communauté parfois restreinte » (Larousse, 2015). L'adjectif *vernaculaire* peut être appliqué à d'autres domaines. Par exemple, dans le domaine de l'architecture, Bernard Rudofsky définit l'architecture vernaculaire comme une architecture sans architecte (*Architecture without architects*)(Rudofsky, 1965). Ce concept englobe les constructions réalisées par des bâtisseurs anonymes ou exécutées avec des techniques de fabrication locales ou régionales. Apposé à la chaise *Solair*, ce qualificatif révèle une appréciation de la chaise comme objet commun anonyme plutôt que comme une œuvre artistique de qualité. Considérant l'histoire de sa première vie, il est vrai que la chaise pourrait être perçue comme vernaculaire par association avec l'architecture vernaculaire, particulièrement celle des motels et des bungalows québécois (Arsenault et Lacroix, 2011; Bisson et Vanlaethem, 2008; Noppen, 2004). Par contre, étant l'œuvre de designers diplômés, la chaise *Solair* ne serait pas un véritable objet vernaculaire au sens où Rudofsky l'entend. Il faudra attendre l'année 2007 pour que des experts d'une autre institution muséale reconnaissent la chaise *Solair* comme un objet de design patrimonial.

3.2.2 Musée National des beaux-arts du Québec

Au début des années 2000, Paul Bourassa, alors conservateur du département d'art décoratif et de design du Musée national des beaux-arts du Québec (MNBAQ), a comme mandat de bonifier la collection d'objets de design. La collection, entamée une décennie plus tôt, contient, par exemple, des réalisations de Julien Hébert et de Jacques Guillon (Québec, 2010). Lors de recherches visant à dénicher de nouvelles acquisitions pour la collection du musée, Paul Bourassa trouve une photo de la chaise *Solair* sur le site internet *Canadian Design Resource* répertoriant le design canadien. Surpris que la chaise soit d'origine québécoise, il l'examine sous toutes ses coutures et décide, en 2005, de l'acquérir pour la collection du MNBAQ.

Le dossier d'acquisition, consulté lors d'une visite aux archives du Musée le 7 octobre 2013, constitue le fruit de la recherche effectuée par Bourassa. Il contient des

entrevues avec les créateurs, des contacts avec les fabricants et une revue de presse. Dans une entrevue accordée à l'occasion de cette visite, Bourassa confie que, lors de vacances au Lac-au-Saumon, il a aperçu quelques exemplaires originaux dans un motel. « Il y a longtemps, j'en avais vu à l'hôtel/motel Les Camps Cartier, dans la municipalité de Lac-au-Saumon [...]. » (Lavigne, 2007). En 2005, la communauté religieuse Famille Myriam de la Vallée, alors propriétaire de l'ancien motel converti en cénacle, lui a offert un exemplaire corail (orange) de la chaise. C'est celui-ci que l'on retrouve désormais dans la collection du MNBAQ.

C'est donc à la suite de deux trouvailles hasardeuses, une sur le web et l'autre lors d'un voyage que le conservateur décide de faire entrer la chaise *Solair* au MNBAQ. Dans *Comment se fabrique le patrimoine?* Jean Davallon explique la *logique de la trouvaille* telle qu'établie par Umberto Eco comme un nouveau regard porté sur un objet au départ jugé commun et inintéressant. « Ne voit-on pas, en effet, des objets qui n'avaient aucune valeur autre que d'usage, ou bien qui semblaient jusqu'alors ne présenter aucun intérêt, prendre soudain une valeur inestimable simplement parce qu'ils sont vus avec un autre oeil ? » (Davallon, 2002). C'est suite à ce regard nouveau que se développe le désir de protéger l'objet afin de le léguer aux générations futures et qu'ainsi s'entame le processus de patrimonialisation (Davallon, 2002).

Paul Bourassa porte ce nouveau regard sur la chaise *Solair* à une époque où celle-ci n'est plus distribuée. Malgré le fait que la rencontre entre Paul Bourassa et la chaise *Solair* soit le fruit de circonstances fortuites (sa découverte lors de recherches internet), il n'en reste pas moins qu'il a su reconnaître en elle un objet de collection qu'il faut léguer aux générations futures. Par ses recherches et tout particulièrement par l'exposition muséale qui en découlera, Bourassa aura participé du même coup à la requalification de la chaise *Solair* en un objet savant. Grâce à sa présentation à l'exposition Québec en Design, la chaise *Solair* trouve sa place au sein d'un corpus d'objets de design signifiants pour le Québec.

3.2.2.1 Exposition itinérante *Québec en Design*

En 2005 et 2006, à la suite de plusieurs nouvelles acquisitions, le MNBAQ se joint au Centre de design de l'UQAM pour concevoir l'exposition *Québec en Design*. Rattaché à l'école de design de l'UQAM, le Centre de design est un lieu de diffusion « des tendances historiques et actuelles dans les domaines du design graphique, industriel, urbain ainsi qu'en architecture et en mode » (Centre de design, 2015). Pour cette exposition, Bourassa fait équipe avec Marc Choko, alors directeur du Centre. Les deux hommes ne collaborent pas pour la première fois. En 2003, ils avaient publié un ouvrage majeur s'intitulant *Histoire du design au Québec* (Choko et al., 2003).

L'exposition est plus qu'un prétexte pour mettre en valeur la collection des objets de design du MNBAQ. L'objectif du duo de commissaires vise à faire connaître le design québécois au grand public. En 2007, *Québec en design* présente plus de 130 objets de la collection au Centre de design. Parmi ceux-ci, la chaise *Solair* côtoie la torche olympique créée par Michel Dallaire pour les Jeux de Montréal et un vélo haute performance de la marque québécoise Guru. L'exposition itinérante est présentée au Centre provincial de l'art et de la culture à Gand en Belgique en 2008, à Toronto, au Design Exchange en 2009 et, finalement, en 2010 au MNBAQ (Québec, 2010). En passant par les affiches, les articles de sports et le mobilier, les objets exposés démontrent la grande multidisciplinarité du design québécois (Figure 10).

Figure 10. Exposition Québec en Design
Source: Centre de Design Photo: Michel Brunelle



Parmi ces objets issus du design québécois, la chaise *Solair* devient la grande vedette et se voit couronnée du titre d'« icône de design ». L'image de la chaise figure sur le communiqué de presse émis par les organisateurs et accompagne des articles au sujet de l'exposition. En 2007, Lucie Lavigne, journaliste à *La Presse*, écrit deux articles au sujet de l'exposition *Québec en Design* dans le cahier *Mon Toit* du quotidien. L'un d'eux trace l'histoire de la chaise *Solair* et s'intitule *La chaise Solair : icône du design québécois*. Dans le communiqué de presse de *Québec en design*, on définit la chaise comme une « véritable icône des circuits touristiques québécois » (Musée national des beaux-arts du Québec, 2007). Toujours en 2007, Paul Bourassa mentionne, dans l'article de Marie-France Bourdon du *Journal de l'UQAM*, que « [c]ette banale chaise de motel en plastique orange est presque une icône [...] Elle révèle l'ouverture sur le monde qu'on avait à l'époque et l'influence du design italien, tout en étant un objet parfaitement québécois. » Frederick Metz, figure éminente du design au Québec, trouve la chaise *Solair* « symbolique à l'os ». « C'est une icône des années 70! », affirme Michel Dallaire illustre designer industriel montréalais (Lavigne, 2007).

Dans la presse anglophone, on retrouve des articles sur la chaise *Solair* lorsque l'exposition *Québec en design* est présentée à Toronto en 2009. Le *Toronto Star* et le *Globe and Mail* parlent alors de la chaise *Solair* comme d'un « objet de collection » et d'une « pièce iconique du design canadien » (Scrivener, 2009; Verner, 2009). Une véritable consécration se poursuit alors que la chaise voit son titre s'élargir au titre de représentante du génie canadien. Leslie Scrivener du *Toronto Star* renchérit en soutenant que la chaise *Solair* est saluée comme un classique et un icône du design canadien que les collectionneurs s'arrachent aujourd'hui. « Now hailed as a classic and an icon of Canadian design, eager collectors of mid-20th century modern furniture are snapping up the *Solair* » (Scrivener, 2009). La chaise *Solair* est adulée, on la perçoit comme un objet témoin de la culture du design, non seulement propre au Québec, mais au Canada tout entier. En 2010, lorsque *Québec en design* est présenté au MNBAQ, Sébastien Hudon du journal *Voir* donne rendez-vous à « [...] tous les amateurs de chaises rétro de l'ère spatiale et de ce monde si familier et si nécessaire des objets en série » (Hudon, 2009), qualifiant ainsi la chaise de témoin de l'époque des premiers astronautes et, donc, d'un moment clé de l'histoire mondiale.

L'exposition *Québec en design* contribue à une sacralisation de la chaise *Solair* par plusieurs spécialistes du design alors qu'elle avait jadis été ignorée par les experts. C'est sous le vocable, maintes fois répété, d'« icône », qu'on lui confèrera un statut privilégié. C'est par sa consécration au musée et par l'intérêt des spécialistes du milieu que cet objet a priori banal entre dans la famille des objets emblématiques du design québécois. Ce couronnement aurait pu être la fin d'une histoire, mais ce n'est que le début d'une nouvelle vie.

3.3 La chaise *Solair* rééditée

3.3.1 L'entreprise

Autour de l'année 2007, à la suite de cette reconnaissance, Charles Ouellet, directeur des Industries Émile Lachance (IEL), constate une forte augmentation de la demande des chaises *Solair* sur les réseaux sociaux et les plateformes de ventes comme eBay, malgré la rareté de la chaise sur le marché. Selon lui, « [l]es gens souhaitaient le retour de ce produit qui, pour plusieurs, avait marqué leur enfance et leur jeunesse » (Lamontagne, 2013). Il décide alors de présenter la chaise *Solair* dans une nouvelle palette de couleurs à une foire commerciale de Chicago. La réédition s'avère une bonne affaire, IEL produit trois cents chaises la première année et, en 2012, l'entreprise en produit cinq mille unités (Lamontagne, 2013).

Une des forces d'IPL est certes la diversité des produits qu'elle offre, mais aussi le modèle d'essaimage informel qu'elle met en œuvre au cours des années pour créer de l'emploi et tisser un réseau d'entreprises locales prospères. Le mode d'entrepreneuriat dit d'« essaimage » instauré par IPL rend possible la réédition de la chaise. Ce modèle d'entreprise est un réel levier économique pour la région de Bellechasse (Luc *et al.*, 2002). En plus d'offrir un avantage économique, l'essaimage a permis la pérennité de la production d'objets comme la chaise *Solair* qui autrement aurait été interrompue.

Tel que défini dans plusieurs rapports de recherche de la *Maclean Hunter Chair of Entrepreneurship* des HEC, l'essaimage « [est] un ensemble d'activités mises en œuvre par une entreprise afin de supporter un de ses salariés ou un groupe d'employés à créer une nouvelle entreprise » (Luc *et al.*, 2003). Bénéficiaires de secteurs de production délestés, des entreprises en cours de démarrage jouissent de l'expertise d'une entreprise mère ainsi que d'une collaboration entre leurs dirigeants. En d'autres termes, l'entreprise qui essaime agit comme point d'appui à l'entreprise essaimée. IPL figure parmi les cas exemplaires présentés dans le *Guide d'essaimage d'entreprise : L'essaimage — voie de croissance* (Luc *et al.*, 2002). On note, dans cette publication, que cette façon d'appuyer les futurs entrepreneurs est inscrite depuis plusieurs générations dans les traditions de la famille Métivier. Une trentaine d'entreprises comme IEL gravitent autour d'IPL et

renforcent sa position mère tout en participant au succès économique de la région. Une histoire de valeur? Peut-être. Ces circonstances entretiennent toutefois à St-Damien une culture entrepreneuriale tout en maintenant une production qui, autrement, aurait été abandonnée (Luc *et al.*, 2002). Ami de la famille Métivier et ex-représentant d'IPL, Émile Lachance, figure parmi les premiers des essaimés d'IPL. En 1963, IEL commence ses activités comme agent manufacturier dans le secteur de la fabrication et de la distribution de balais et de brosses (Industries Émile Lachance, 2004). Dès le début, la femme et les trois enfants de Lachance s'impliquent dans l'entreprise. En 1979, alors que, une fois de plus, IPL réoriente sa production, Lachance se voit offrir la couverture de tout l'est du Canada.

Comme signalé précédemment, vers 1990, IPL se départit du secteur des produits de consommation et la production des coquilles de la *Solair* est cédée aux Industries Émile-Lachance. Si IPL se déleste de ce secteur pour se concentrer sur un marché restreint, l'entreprise de Lachance y voit, de son côté, une occasion d'affaires. Les coquilles se brisent ou s'abiment plus rapidement que l'armature de métal du piètement. Les coquilles endommagées et les piètements en bon état amènent les propriétaires à se procurer une nouvelle coquille pour prolonger la vie de leur objet. La demande est, par conséquent, plus grande pour la coquille que pour le piètement.

IEL prend ainsi possession du moule de la chaise *Solair*, et peut reprendre la production de façon massive lors de sa renaissance en 2009. La chaise *Solair* est le seul objet de mobilier produit par l'entreprise qui se concentre surtout sur l'emballage commercial et les articles ménagers. L'objet est très rentable, car les coûts de conception sont nuls et les coûts de production restent bas. Il est ainsi possible de remettre sur le marché la chaise *Solair* avec des risques économiques moindres en comparaison avec le lancement d'un nouveau produit. La vision sensible du marché dont a fait preuve Ouellet en proposant la réédition la chaise dans de nouvelles couleurs n'aurait pas été ainsi favorisée si l'entreprise n'avait pas été propriétaire du moule original.

3.3.2 La diffusion dans les médias

Comme il a été mentionné précédemment, la presse populaire parle de la chaise *Solair* à partir de 2007, année de l'exposition *Québec en design*. Toutefois cette tribune ne s'achève pas avec la fin de l'exposition en 2009. En juin 2010, on incite les résidents de Saint-Damien à astiquer et à profiter de leurs chaises *Solair* dans une chronique intitulée *Retour en force pour la chaise Solair!* du journal local *La Liaison*. On la nomme « icône » du design québécois. Le ton de cette chronique révèle une fierté régionale.

Sur le site web du magazine *Coup de pouce*, la chaise *Solair* fait partie des « 15 articles à avoir chez soi » pour une décoration vintage. Elle est décrite comme l'« icône des motels » (Lapointe, 2011). En août 2011, Christopher Muther du *Boston Globe* écrit un article sur le retour de la chaise et sa redistribution en s'appuyant sur une entrevue effectuée avec Kate Eisen de la galerie-boutique *InAbstracto* de Toronto (Muther, 2011). Le journaliste la qualifie d'objet de « space age » comme Sébastien Hudon en 2010. De plus, une page web italienne, nommée *La casa giusta*, dédiée à la décoration d'intérieur la décrit comme une chaise intemporelle (Auteur inconnu, 2011). Cette apparition démontre que la popularité de la chaise *Solair* ne se limite pas au Canada ou aux États-Unis.

En 2012, *Le Devoir* annonce la réouverture, suite à des rénovations majeures, de la salle de la collection d'art décoratif et de design du Musée des beaux-arts de Montréal avec la photo de la chaise *Solair* jaune. On ne mentionne pas son titre d'« icône », on dit seulement que cet objet a marqué le paysage québécois. D'ailleurs, les informations concernant la chaise *Solair* ne se retrouvent que sous l'image, sans aucune mention du fait que l'objet se retrouve dans la collection du musée depuis 2000.

En avril 2013, la chaise se retrouve parmi les sièges d'extérieurs les plus marquants de 1889 à 2013 sélectionnés par Meredith Mendelsohn du *New York Times* (Mendelsohn, 2013). La chaise, selon cet article, ne fait plus partie de la simple histoire du design québécois ou des motels. Elle est présente dans l'histoire des chaises d'extérieur en général. Le fait qu'elle la reconnaisse comme un élément essentiel dans

la chronologie du design des chaises d'extérieur témoigne de la consécration de la *Solair* par la journaliste du New York Times . Fabriqué au départ pour un marché de masse du Canada et de la côte Est des États-Unis, cet objet semble aujourd'hui avoir atteint les hautes sphères du design d'élite. En septembre 2012, dans l'*Architectural Digest*, la chaise *Solair* se retrouve dans la cour d'une maison de designer réputé aux États-Unis (Doonan, 2012).

Au Québec, le *TVA Nouvelles* propose un article sur le « retour d'une chaise mythique » qui est publié intégralement par *Le Progrès de Bellechasse-Etchemins* avec le sous-titre « un produit bellechassoïse au rayonnement international » (Lamontagne, 2013). De plus, l'article de Valérie Simard dans *La Presse* au sujet de l'avenir des motels est illustré par la photo d'une piscine autour de laquelle de nombreuses chaises *Solair* blanches sont alignées (Simard, V., 2013). Le fait que cet article soit accompagné de cette photo confirme que la chaise fait toujours partie de l'univers du motel et de la villégiature. L'importance économique que la production de la chaise représente pour la communauté bellechassoïse est si forte que l'entreprise d'Émile Lachance est consacrée dans l'article du *Progrès de Bellechasse-Etchemins* sous le titre « un produit bellechassoïse au rayonnement international » (Lamontagne, 2013). La couverture de presse de la chaise *Solair* élargit son spectre géographique jusqu'en 2013, du Québec, au Canada, des États-Unis jusqu'en Italie. Considérant que l'exposition itinérante *Québec en design* ait été présentée en Belgique, la chaise *Solair* a probablement été médiatisée dans ce pays aussi. Malheureusement, il n'a pas été possible de répertorier des articles de journaux belges à ce sujet. Toutefois, la présente revue de presse démontre l'éclectisme des discours de la chaise *Solair*, qui vont de l'objet banal et l'objet remarquable.

3.3.3 Nouvelle reconnaissance

En plus de sa réédition et de son retour sur le marché, la chaise *Solair* jouit d'un autre type de reconnaissance: celle d'objet patrimonial. En 2014, le Musée virtuel de Bellechasse présente la chaise *Solair* dans l'exposition intitulée *La chaise de Bellechasse*. Né d'une initiative de la Société historique de Bellechasse, le Musée virtuel de Bellechasse est dédié à la promotion du patrimoine de cette région. Son site

marqué une époque. On note au passage que, malgré son acquisition par le MBAM dès 1999, il faut attendre l'exposition *Québec en design* du MNBAQ et du Centre de design, en 2007, pour qu'elle soit remarquée publiquement par les médias et les experts du domaine. La réédition, quant à elle, a répondu à une demande grandissante des acheteurs observée à cette époque par le directeur des ventes d'IEL. Comme le démontre le nombre d'unités produites de 2010 à 2012, elle s'est avérée un succès. Tout comme le designer et le producteur original avaient joué des rôles majeurs dans la création de la chaise *Solair*, les conservateurs, le producteur de la réédition et les journalistes participent activement à sa renaissance. Cette renaissance est teintée d'un double statut qui caractérise sa deuxième vie, celle où la chaise commune de motel est aussi une chaise singulière, un objet qu'on expose au musée.

3.4 La dissémination

Ce double statut, commun et remarquable, est reflété dans la mise en marché de la chaise *Solair*. Bien que la chaise ait été encensée dans les années précédentes, sa consécration en tant qu'icone de design n'est pas acceptée par tous, elle suscite encore des surprises quant à sa présence dans les musées ou sur le marché. À cet effet, Suzanne Robicheau du *Chronical Herald* se dit surprise de la retrouver au troisième étage de la boutique de design contemporain *Attica* à Halifax. « The *Solair* chair is essentially a plastic basket on legs, but one with such an impressive design pedigree that it's in the permanent collection of the Musée National des beaux-arts du Québec » (Robicheau, 2012). Dans cet article, elle attribue la reconnaissance et le retour sur le marché de la chaise notamment à Duncan Farnan et Kate Eisen, deux torontois passionnés de design (Robicheau, 2012) (voir la section 3.1.2).

Depuis 2009, on retrouve la chaise *Solair* dans des boutiques aux quatre coins du monde, mais les types de mise en marché diffèrent. Elle est offerte autant dans des quincailleries de proximité au Québec que dans des boutiques d'objets de design en Australie et en Californie. D'un côté, elle est modestement présentée dans l'allée des vis et des clous, de l'autre, elle côtoie le célèbre fauteuil *Barcelona* de Mies van der Rohe. On constate que le prix de vente au Canada varie entre 97.00 CAD et 140.00 CAD selon les distributeurs. Le type de distributeur et la perception de la chaise sont des

enjeux majeurs de cette variation; plus on considère que la chaise se rapproche d'un objet commun, dans les quincailleries par exemple, plus le prix est bas. Plus on la considère comme un objet de design comme dans des boutiques spécialisées, plus le prix est élevé, atteignant jusqu'à près de 350,00\$. L'étude des différents modes de mises en marché permet de mieux comprendre les types d'usages et les différentes interprétations de la chaise *Solair*. Une analyse plus approfondie de cette commercialisation de la chaise sera un des sujets du prochain chapitre.

3.5 Conclusion

Chaque année, entre 2007 et 2014, la chaise *Solair* a été exposée par des institutions muséales et a été médiatisée dans les journaux. Malgré l'entrée de la chaise *Solair* au Musée des beaux-arts de Montréal en 1999, l'institution envoie un double message en reconnaissant l'importance de la chaise *Solair* en disposant des exemplaires sur la terrasse du Lab Design, mais ne l'exposant pas aux côtés des objets de sa collection. C'est plus précisément en 2007 que l'objet passe de la sphère populaire, celle qui consomme les objets, à la sphère savante, celle qui les étudie (Mathieu, Jocelyne, 2001). On peut constater que le terme d'« icône » apparaît à la suite de la diffusion de l'exposition du Musée national des beaux-arts du Québec. Quelques années plus tard, après qu'elle ait été exposée dans des salons dédiés aux innovations et aux tendances en design, les distributeurs de mobilier dit de « design » s'approprient la chaise *Solair*. Elle obtient alors un nouveau statut. Elle est à nouveau désirée par la masse, mais plus pour sa qualité d'objet de design que pour l'aspect pratique et abordable qui lui avait été attribué au cours de sa première vie. On la désire aujourd'hui soit pour son image d'objet raffiné, soit par nostalgie ou alors pour les deux raisons à la fois.

La reprise de sa production en différentes couleurs permet la recrudescence de la chaise *Solair* sur le marché. L'exposition *Québec en design* participe à la relance de la popularité de la chaise, mais surtout, contribue à sa reconnaissance en tant qu'icône du design. L'entrée au musée de cet objet usuel faisant partie d'une histoire récente se répercute sur sa diffusion. Bien que certains n'aient pas vu l'exposition *Québec en design*, le contact avec la chaise *Solair* s'opère autrement. La vaste diffusion de la

chaise dans des films, des vidéoclips et des revues de design ajoute à la construction de son image, comme en témoigne le prochain chapitre. Ses deux vies semblent lui avoir donné deux sens complémentaires; elle est à la fois une simple chaise de jardin et un objet de design prestigieux. Le chapitre suivant s'intéresse à la lecture de cet objet et examine la construction de sens au moyen des images qui la mettent en scène dans la sphère publique.

PARTIE 2 : ICONOGRAPHIE ET CONSTRUCTION DU SENS

CHAPITRE 4

LES REPRESENTATIONS DE LA CHAISE *SOLAIR*

L'objet de design est une représentation en soi, c'est-à-dire qu'il est le reflet d'une certaine image mentale que le designer a objectivée pour rendre réelle et tangible une solution à un problème (Pye, 1982). La lecture et les représentations de l'objet fabriqué sont le plus souvent hors du contrôle de son créateur. L'interprétation de l'objet est donc la tâche de l'interprète et elle ne découle pas uniquement de l'intention du créateur. Cette section s'intéresse à l'iconographie de la chaise *Solair* dans divers médias. Les représentations ont été classées selon leur appartenance à un contexte communicatif. Le premier contexte communicatif contient les représentations qui remettent la chaise *Solair* dans son environnement original, le motel ou l'utilisation domestique. Le deuxième contexte communicatif rassemble des images où la chaise *Solair* n'est pas dans son environnement original, mais dans des lieux qui y font écho. Le troisième contexte communicatif est consacré aux représentations qui font abstraction de l'environnement original de la chaise *Solair* pour lui donner un autre sens. Chacun de ces contextes communicatifs rassemble des images issues de différents médias. Ces images ont été examinées principalement par l'iconicité, comme démontré par Catherine Saouter dans le *Langage visuel* (2000). Un court texte descriptif et interprétatif accompagne chaque représentation et relève le champ lexical qui sert à reconstruire le sens véhiculé par l'image. L'ensemble de ces contextes communicatifs constitue l'univers symbolique de la chaise *Solair*.

4.1. Contextes communicatifs

Pour mener, de manière systématique l'interprétation, deux figures par représentation sont nécessaires. La première est l'image originale. Dans la seconde figure, l'image est substituée par des mots pour obtenir l'**iconicité**. Celle-ci a permis de constituer et de justifier la description qui suit les deux figures. Une fois toutes les descriptions produites il a été possible de les classer en trois **contextes communicatifs** et de relever des thèmes récurrents de même que les significations se rapportant à ses usages. C'est l'ensemble de ces contextes qui représente l'univers symbolique.

4.1.1 Premier contexte communicatif

Le premier contexte communicatif des représentations de la chaise *Solair* se rapporte surtout à sa première vie. Dans les représentations qui y figurent, on utilise la chaise pour symboliser un moment historique, une ambiance et des lieux précis en lien avec sa vie de chaise de motel. Elle est un repère pour une certaine communauté à travers laquelle elle a acquis son premier sens. Comme le note Serge Tisseron dans *Comment l'esprit vient aux objets*, les objets sont « réversibles ». « Ils peuvent incarner les souvenirs qui y sont attachés, mais ils peuvent aussi être utilisés de manière totalement fonctionnelle » (Tisseron, 1999). Dans ce qui suit, on retrouve des utilisations de l'image de la chaise *Solair* qui incarnent un passé partagé par une communauté bien au fait de sa première vie.

4.1.1.1 Ruby in Paradise — 1993

En 1993, on aperçoit deux chaises *Solair* pendant une fraction de seconde dans le film *Ruby in Paradise* de Victor Nunez. Né en Floride en 1945, le cinéaste réside à Panama City, où se déroule le film. Celui-ci raconte l'histoire d'une jeune fille, Ruby (Ashley Judd), venue du Tennessee jusqu'en Floride pour travailler dans une boutique de souvenirs située sur la plage de Panama City. La principale clientèle de cette boutique est constituée de ceux que l'on nomme des *snowbirds*, des Québécois francophones fuyant l'hiver (Nunez et Gowan, 1994).

Les chaises *Solair* que l'on aperçoit dans cette scène sont orange. Elles sont situées à l'extérieur, adossées à une maison mobile. Elles contrastent fortement avec le blanc du recouvrement en bois de la véranda. Comme elles sont juxtaposées à une piscine pour enfant et entourées de jouets épars, on peut déduire qu'une famille habite la résidence. Le ballon dans la piscine et les jouets à la traine connotent un mode de vie plus ou moins ordonné. Le camion, stationné aux côtés de la maison, ressemble à un Dodge des années 1970. Comme le film se déroule dans les années 1990, l'âge de ce camion évoque un niveau de vie modeste, voire pauvre. Le quartier, où l'on semble pouvoir se promener en pyjama comme le fait le personnage principal, suggère une certaine familiarité entre voisins. Le sable visible autour de la maison laisse sous-entendre qu'elle se trouve à proximité de la plage ou sur un sol en partie sablonneux. Cette apparition éclair de chaises *Solair* au début des années 1990 suggère qu'elle fait partie du paysage floridien. Les chaises *Solair* font ainsi partie d'un décor évoquant un mode de vie modeste et familial de la Floride des années 1990 (Figure 12; Figure 13).

Figure 12. Ruby in Paradise, Image fixée à 1h42min 46sec

Source : <https://www.youtube.com/watch?v=w-S0VjuN4Oc>

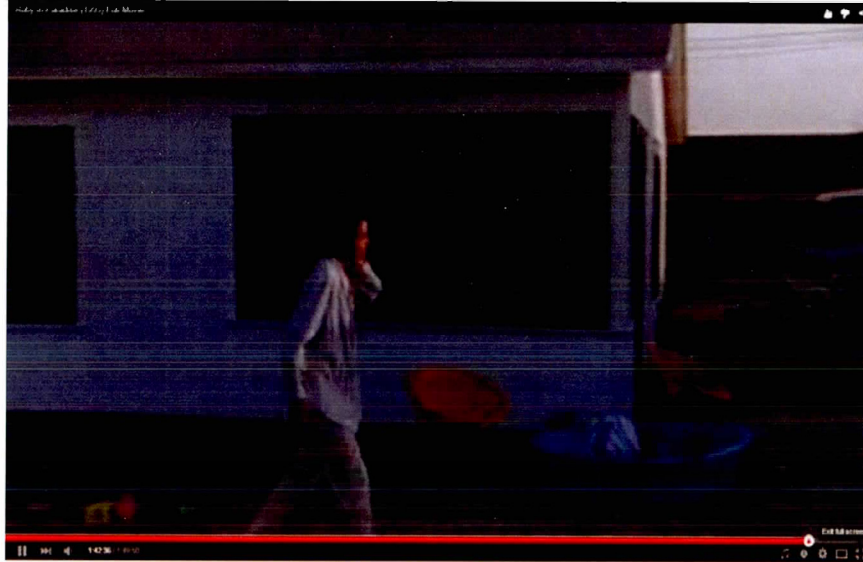
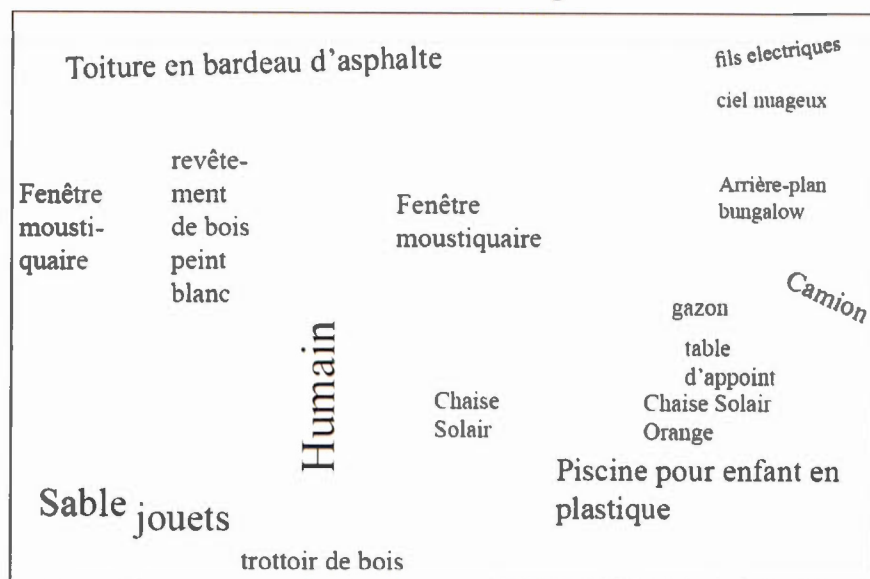


Figure 13. Iconicité - Ruby in Paradise

Source : Valérie Wagner



4.1.1.2 Motel Univers : Bienvenue au Québec — 2007

De nombreuses chaises *Solair* figurent dans l'ouvrage *Motel Univers : Bienvenue au Québec* d'Olga Duhamel et de David Olivier. Ce livre offre une incursion iconographique et historique dans le monde des motels de la Belle Province.

En plus de figurer sur la première et la quatrième de couverture, la chaise *Solair* apparaît à près de 19 reprises tout au long de ce livre.¹⁶ Malgré cette forte représentation, la chaise n'y est jamais nommée et aucun commentaire n'est fait à son égard. Dans les images, les chaises sont situées soit à proximité de la porte des chambres, soit aux côtés d'une piscine ou alors en dessous de l'enseigne principale d'un motel. La présence dominante de l'objet confirme que son appellation de « chaise de motel » n'est pas fortuite, car, plus de quarante ans après sa mise en production initiale, on retrouve toujours la *Solair* dans les motels québécois. La chaise *Solair* est omniprésente dans cet ouvrage imprimé en 2007. Sans qu'on y fasse directement allusion, la chaise fait partie de ce décor empreint de banalité. La chaise est tout aussi banale que le décor révélé par ce livre. Le traitement anonyme qu'on lui accorde est loin de laisser présager sa future reconnaissance en tant qu'« icône du design ». Cet ouvrage démontre toutefois que la chaise *Solair* existe toujours dans le paysage des motels québécois (Figure 14; Figure 15).

¹⁶ Olga Duhamel-Noyer et David Olivier, *Motel univers : bienvenue au Québec*, (Montréal : Hélotrope, 2006) pp. 4, 5, 17, 19, 22, 37, 52, 55, 60, 94, 99, 110, 120, 126, 180, 186, 198, 199, 209.

Figure 14. Couverture du livre Motel Univers

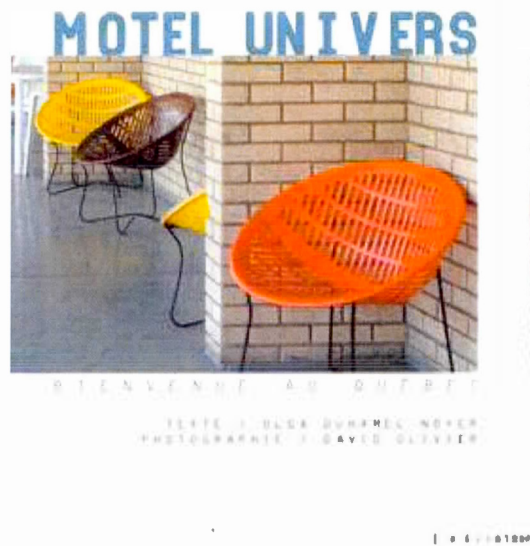


Figure 15. Iconicité : Couverture du livre Motel Univers

Source : Valérie Wagner

Titre du livre	
chaise Solair jaune	brique beige
chaise Solair brune	
chaise Solair jaune	chaise Solair orange
plancher minéral	
sous-titre du livre	
auteurs	
	maison d'édition

4.1.1.3 Les Lavigueur, la vraie histoire — 2008

On retrouve deux chaises *Solair* dans leur version orange dans plusieurs scènes de la série télévisée *Les Lavigueur : la vraie histoire* diffusée à Radio Canada à l'hiver 2008. Les Lavigueur forment une famille aux moyens modestes habitant un quartier ouvrier montréalais. Leur histoire a été abondamment médiatisée après qu'ils aient gagné le gros lot à la loterie en 1986. Plusieurs films, *Les Lavigueur déménagent* (1987), *Les Lavigueur redéménagent* (1992) et *Les Lavigueur le retour* (1995) (traduction des films néerlandais *Flodder 1, 2 et 3*), ont tourné en dérision le nom de la famille, montrant ses membres comme des hurluberlus odieux et sans classe, de véritables parvenus. La série remet en perspective la « vraie » histoire des Lavigueur. Elle est inspirée par le livre qu'a publié Yve Lavigueur, un des fils de la famille, en 2000.

Le décor dans lequel se retrouve la chaise *Solair* évoque le quartier ouvrier où la famille a grandi. Le hangar en tôle, le mur de briques rouges, les escaliers en fer noir ainsi que des accessoires comme les cordes à linge et la chaise en vinyle tressé sur le balcon du deuxième étage, évoquent une vie simple, modeste et sans luxe. Les poubelles à proximité laissent croire que des odeurs se dégagent durant les chaudes journées d'été. Les deux chaises sont installées dans ce décor et disposées à recevoir deux personnes pour une conversation. La capture d'écran montre le personnage principal assis sur l'une d'elles, seul, ruminant ses angoisses. La couleur orange qui s'harmonise à la couleur de la brique contraste fortement avec l'omniprésence du béton gris. Les chaises sont des pastilles de couleurs chaudes et vives dans ce décor froid et triste, mais n'arrivent pas à l'égayer. Dans cette mise en scène, elles n'ont rien pour séduire, elles représentent la dure réalité d'un milieu défavorisé. La chaise *Solair* dans ce cas est associée aux années 1980 et à un univers social précis, soit celui des familles défavorisées des quartiers ouvriers de Montréal (Savoie, 2008) (Figure 16 ; Figure 17)

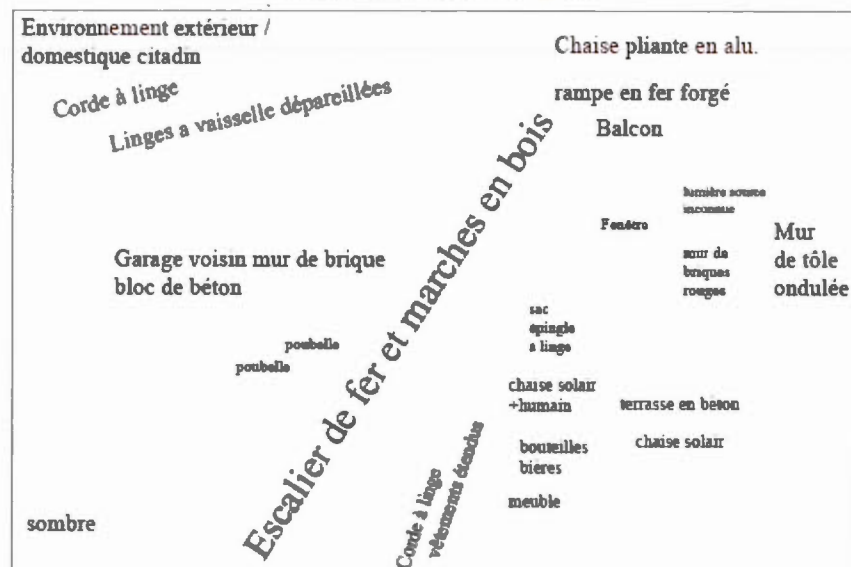
Figure 16. Les Lavigeurs, la vraie histoire

Source: Les Enfants de la Télé, Saison 4 épisode 9. Image fixée à 28min 14 sec



Figure 17. Iconicité : Les Lavigeurs, la vraie histoire

Source: Valérie Wagner



4.1.1.4 Grande Plaine IV, roman d'Alexandre Bourbaki — 2008

Alexandre Bourbaki est un pseudonyme sous lequel se cachent les écrivains Nicolas Dickner, Bernard Wright-Laflamme et le dessinateur Sébastien Trahan pour leur premier roman *Traité de balistique*. *Grande Plaine IV* est le second roman de Bourbaki qui ne réunira cette fois que Bernard Wright-Laflamme et Sébastien Trahan. Le roman raconte l'histoire de l'auteur, Bourbaki, qui décide d'aller finir l'écriture de son roman en dehors de Montréal. Accompagné de son chien, il aboutit à Mailloux, une ville qui compte moins de 12 000 habitants, où il fera des rencontres touchantes et où les chaises *Solair* font partie du décor.

Les chaises *Solair* sont présentes ponctuellement du début à la fin du roman; de la page 13 à la page 145. (voir Annexe I pour toutes les citations concernant la chaise *Solair*.) Le premier contact du personnage avec la chaise *Solair* se fait lors de son arrivée au motel Mailloux, qu'il décrit en son et en images :

On n'entend que le grésillement de l'enseigne au néon, le bruissement du vent dans les feuilles des arbres et, quelque part là derrière, le son d'une eau qui court. Les murs sont en préfini, les fauteuils en imitation de similicuirette; son bureau de fer doit peser une tonne, l'horloge Pepsi a au moins vingt minutes de retard. Sur son bureau, un antique téléphone avec des boutons transparents ou rouges pour les différentes lignes et un rolodex fatigué qui perd ses fiches. (Bourbaki, 2008, p. 13)

Cette citation évoque, non seulement un décor figé dans le temps, mais aussi une ambiance rétrograde. Le grésillement des néons dont il est question rappelle le fameux son que l'on entend près des néons et on pourrait même imaginer, par extension, qu'ils clignotent de façon erratique. Le motel Mailloux recèle des éléments de décor datant probablement des années de sa construction, aux alentours de 1965. La description culmine lors de l'arrivée dans la chambre :

À l'intérieur de la chambre, tout est d'époque, mais tout semble neuf. On dirait un décor de film soigneusement monté par une quinzaine de décorateurs et d'accessoiristes passant la moitié de leur vie sur eBay à la

recherche d'objets disparus : panneaux en mélamine turquoise des armoires de la cuisinette, rutilant climatiseur de marque Chrysler, cendriers en verre soufflé coloré, abat-jour en bois tourné, plafond en stucco, peintures de matante Jeannine, Paulette ou Irène. (Bourbaki, 2008, p. 14)

Malgré le décor d'une autre ère, tout est bien entretenu, semblable à du neuf, d'apparence soignée. La mélamine turquoise, le stuc et le cendrier en verre soufflé coloré n'ont d'autre but que de révéler des objets d'une autre époque. Après cette description qui transporte le lecteur dans le temps, les chaises *Solair* sont mentionnées. L'auteur en compte onze exemplaires de couleurs différentes présentes devant les portes du motel. Ces chaises lui rappellent de nombreux lieux. Pour lui, c'est un objet mythique. Avec un brin de nostalgie, il raconte qu'il y avait de telles chaises au chalet de son oncle au Lac-à-la-loutre.

Les unes flambant neuves, les autres crevées et dans lesquelles on pouvait enfoncer un pied ou une main. Le plastique acéré arrachait les fonds de culottes et mordait sauvagement les mains imprudentes. Ces chaises *Solair*, il y en a un exemplaire en face de chaque chambre de chaque motel québécois resté un tant soit peu québécois; à plus forte raison ici, à Mailloux. (Bourbaki, 2008, pp. 21-22)

Usées, brisées ou neuves, les chaises *Solair* évoquent, pour Bourbaki, des souvenirs heureux, bien que quelques-unes lui rappellent de douloureux souvenirs pour « ses fonds de culottes ». Par le champ lexical, contenant les mots motel, néon, simlicuïrette, préfini, mélamine, rolodex, stucco et québécois, l'auteur présente un univers sémantique qui évoque l'artificiel, les matériaux et les objets d'une époque révolue. Les chaises *Solair* font partie de la trame narrative et guident même certaines actions de l'auteur qui tentera de visiter l'usine qui les fabrique.

Deux illustrations de la chaise *Solair* se retrouvent dans l'ouvrage. Une sur la première de couverture arborant des couleurs contrastées; l'orange pour les chaises et le vert pour l'arrière-plan. Ce dernier est constitué de bandes verticales dans des tonalités de vert qui évoquent un papier peint. Cinq couples de chaises *Solair* entrelacées semblent s'envoler. Cette illustration contraste avec celles du livre, tout en noir et blanc.

L'autre image où l'on retrouve la *Solair* illustre un motel, on y voit une photo de la chaise *Solair* en noir et blanc juxtaposée à l'illustration. Le motel est sciemment dessiné avec ses successions de portes, de fenêtres et de chaises *Solair* en série. Un décor monotone accentué par le noir et blanc. Ces images accompagnent le texte.

Dans *Grande Plaine IV*, la chaise *Solair* reste bien campée dans son contexte d'origine. Après une description d'un environnement physique, on nomme la chaise par son nom contrairement à ce qui est fait dans *Motel Univers*. L'auteur la personnalise, lui donne une âme sans toutefois lui octroyer d'autre sens que son sens littéral de chaise de motel. La chaise *Solair* est associée, dans ce roman, à la nostalgie heureuse, aux motels et à un décor figé dans le temps (Figure 18; Figure 19)(Figure 20 ; Figure 21).

Figure 18. Page couverture du roman Grande Plaine IV

Source: Bourbakis, 2008

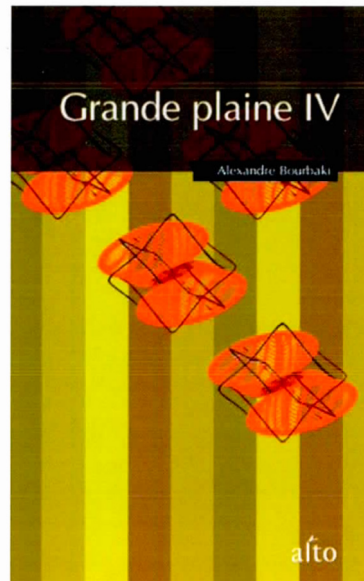


Figure 19. Iconicité : Page couverture du roman Grande plaine IV

Source: Valérie Wagner



Figure 20. Chaises Solair au motel Mailloux.

Source : Bourbakis, 2008, p. 13

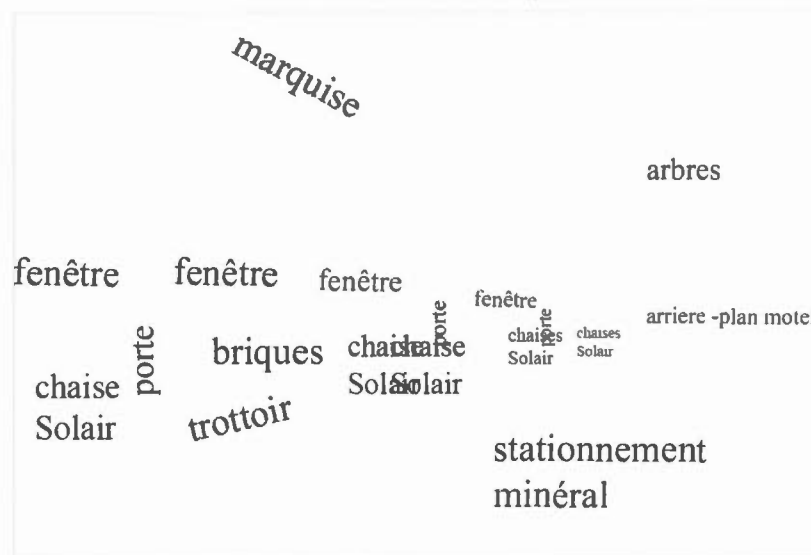
Illustration: Sébastien Trahan



Figure 21. Iconicité : Chaises Solair au motel Mailloux.

(Bourbakis, 2008, p. 13)

Source : Valérie Wagner



4.1.1.5 Le démantèlement — 2013

Le démantèlement est un film québécois de Sébastien Pilote qui a été maintes fois primé, notamment à Cannes en 2013. Il raconte l'histoire de Gaby (Gabriel Arcand) contraint de vendre sa ferme pour aider sa fille (Lucie Laurier) en instance de divorce. Principalement tournée au Lac-Saint-Jean, l'action se déroule loin des grands centres québécois. On voit la chaise *Solair* à deux reprises dans le film.

La première fois, deux chaises orange sont installées sur le balcon de la résidence d'un ami de Gaby (Gilles Renaud). Ce lieu n'est visible qu'une seule fois au cours du film et seulement de l'extérieur. C'est une maison unifamiliale de type bungalow qui arbore un revêtement vinylique blanc évoquant la classe moyenne et les constructions à prix modique. Les propriétaires possèdent deux véhicules : une camionnette et une berline ayant toutes deux plusieurs années de route. Stationnées sous l'abri d'auto (un *carport*), ces voitures témoignent du style de vie du personnage : modeste, sans prétention, conforme aux valeurs rurales. Le balcon, entouré d'un garde-corps en fer noir et serti à sa base d'un treillis de bois peint en vert, est recouvert d'un auvent en plastique du même vert que celui de la porte et des cadres de fenêtres. Cet esthétisme évoque un souci du détail et des apparences. Le gazon devant la maison est tondu et bien entretenu tout comme l'extérieur du bâtiment. Tous ces éléments suggèrent que les occupants de celle-ci entretiennent bien leur propriété. La chaise *Solair* participe à représenter, dans cette scène, un décor typique et conforme à la campagne québécoise. Elle connote la situation des gens qui y vivent; ils ont à cœur l'aspect de leur propriété malgré de modestes moyens (Figure 22 ; Figure 23).

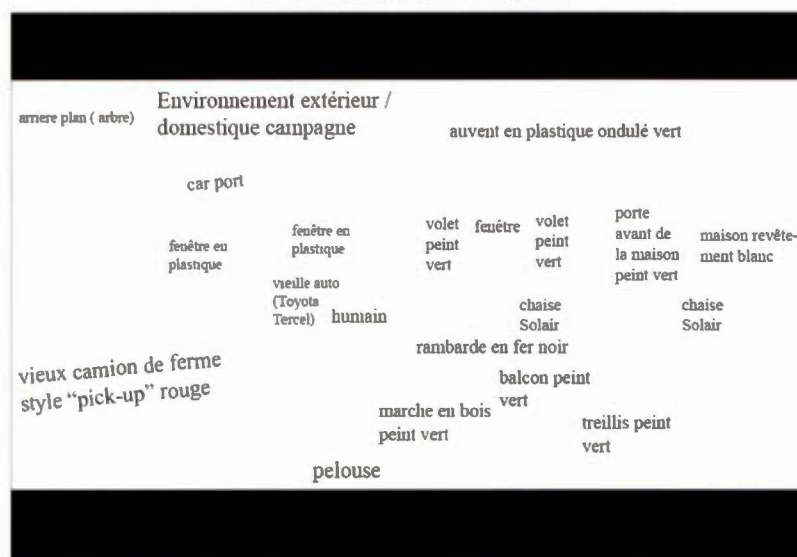
Figure 22. Le Démantèlement - Image fixée à 57min 14sec

Source: Corporation ACPAV Inc



Figure 23. Iconicité : Le Démantèlement - Image fixée à 57min 14sec

Source: Valérie Wagner



La seconde fois où l'on aperçoit la chaise est lors de l'une des scènes finales du film alors que la situation financière du personnage principal se complique. Après avoir vendu sa ferme, Gaby déménage dans un trois-pièces d'un HLM au Lac-Saint-Jean. Gaby entre alors dans l'appartement et fait face à sa nouvelle situation. Il se retrouve coincé entre les murs de son logement étroit, lui qui a toujours connu les grands espaces. Deux chaises *Solair* blanches sont visibles à l'arrière de l'édifice. Elles sont disposées côte à côte sur le balcon partagé par les locataires. L'escalier de fer noir est omniprésent dans l'image et rappelle les barreaux de la prison dans laquelle le personnage semble pénétrer. Divers objets se côtoient; des chaises empilées à l'extrémité du balcon et une table où est déposé un sac de plastique probablement rempli d'épingles à linge. On distingue à l'avant-plan un tapis d'entrée retroussé, un manche bleu qui pourrait être celui d'un balai ainsi qu'une partie de boîte aux lettres en fer noir, celle de Gaby. Ces indices portent à croire que les locataires de l'immeuble vivent en promiscuité. La couleur blanche des chaises se confond avec la blancheur des murs, décor monotone. Elles s'effacent, tout comme Gaby dans sa nouvelle vie.

Dans le *Démantèlement*, les chaises *Solair* font ainsi partie du décor du film deux fois plutôt qu'une. Tant dans la campagne qu'en ville de région, elles ne sont jamais utilisées ni mises à l'avant-plan. Presque invisibles dans une scène, ordinaires dans l'autre, les chaises passent inaperçues. Toutefois, elles servent de point de référence à un lieu géographique, la campagne québécoise, et à un mode de vie modeste (Figure 24; Figure 25).

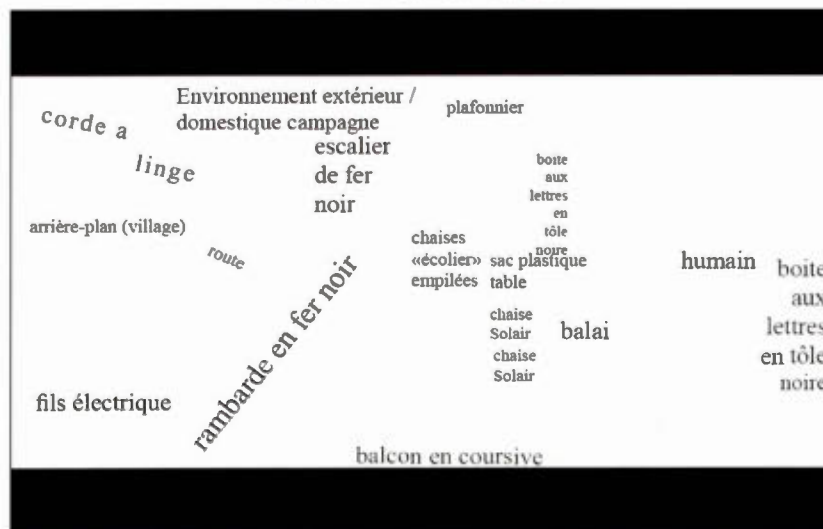
Figure 24. Le Démantèlement - Image fixée à et 59min54sec

Source : Corporation ACPAV Inc



Figure 25. Iconicité : Le Démantèlement - Image fixée à et 59min54sec

Source : Valérie Wagner



4.1.1.5 Louis-Philippe Gingras — 2013

On retrouve la chaise *Solair* sur la pochette d'album de l'auteur-compositeur-interprète abitibien Louis-Philippe Gingras. À la fois folk, country et trash, c'est une musique décapante que l'on entend sur ce premier disque réalisé par Dany Placard. « Avec ses histoires de brosses, d'amours complexes ou de pauvreté, le chanteur ne projette pas l'image du gendre idéal » (Robillard-Laveaux, 2014, p. 20).

Sur une des photos publiées dans la revue *Paroles et Musique*, Gingras est assis sur une chaise *Solair*, devant une chambre de motel. Une guitare à la main, il a le regard sombre. Portant des jeans bleus, des bottes pointues à talons en suède brun de style *cowboy* et une veste sans manches superposée à une chemise, il a le look d'un routard et la chaise *Solair* l'appuie dans ce rôle. L'avant-plan est dominé par l'asphalte et le béton craqués, laissés à l'abandon, tout comme la partie inférieure des murs dont la brique s'effrite. La porte extérieure en métal est générique et bon marché. La fenêtre de celle-ci est ouverte et bancal, ce qui suggère un laisser-aller sur le plan de l'entretien ménager. La porte intérieure, le haut du mur et le contour de la fenêtre sont peints en rouge et rappellent la couleur de la chaise *Solair*. Dans cet environnement, la chaise *Solair* évoque l'image d'un vadrouilleur dans un décor laissé à l'abandon inspirant une certaine négligence et un manque d'attention (Figure 26 ; Figure 27).

**Figure 26. Louis-Philippe Gingras, photo de promotion
de l'album Traverser l'parc**

Source : Robillard-Laveaux, 2014 : 21

Photo: Julie Gauthier



**Figure 27. Iconicité : Louis-Philippe Gingras, photo de promotion
de l'album Traverser l'parc**

Source : Valérie Wagner

Fenêtre

Porte

mur de brique
blanche

Guitare

Humain

chaise Solair

Trottoir craqué

Beton craqué

4.1.1.6 Vidéoclip *Labyrinthite* de Violet Pi — 2013

On retrouve la chaise *Solair* dans le vidéoclip de la chanson *Labyrinthite* de Violet Pi. Les paroles de cette chanson sur les thèmes de la mort et de la solitude sont douloureuses (Gagnon, 2013).

Dans le clip, on aperçoit des chaises *Solair* blanches disposées négligemment sur le gazon de la cour d'un motel. Deux filles, seuls personnages du vidéoclip, entrent dans une des chambres du motel pour y passer la nuit après avoir roulé de longues heures. À la brunante, l'éclairage relativement faible du passage que seules les veilleuses des chambres éclairent est rehaussé par la blancheur éclatante des chaises. Celles-ci tracent le chemin pour les filles jusqu'à leur chambre. Dans cette scène, on dépeint un décor anonyme où tout est permis, où l'on peut fuir, se cacher, se réfugier. L'action se déroule derrière des rideaux à l'abri des regards. Les scènes sont ponctuées d'ivresse, d'excès et de grande tristesse. On comprend que les filles sont mal en point, en mal de vivre. Elles trouvent néanmoins refuge dans cet univers sombre et impersonnel. Les chaises dans ce cas-ci ne sont que figurantes; des éléments génériques qui ne font qu'accentuer l'anonymat de ce décor monotone et lourd de déprime (Figure 28 ; Figure 29).

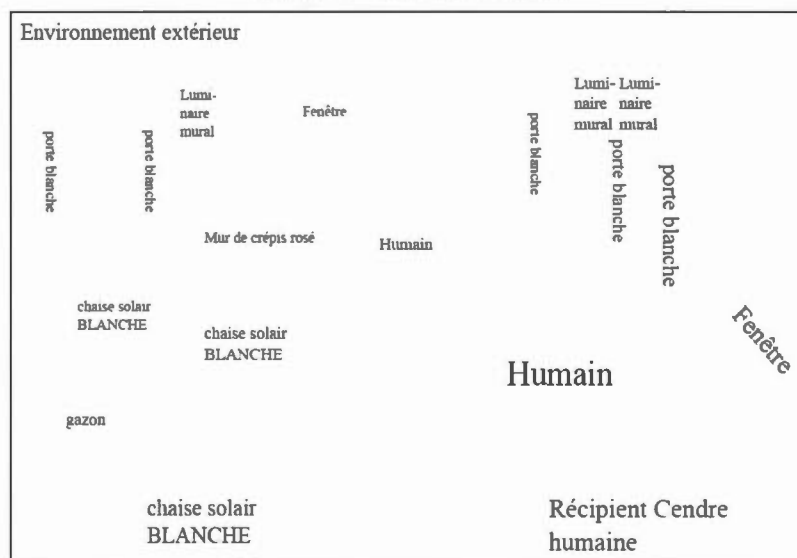
Figure 28. Labyrinthite - Image fixée à 1min 42sec

Source : <http://www.youtube.com/watch?v=zIHgOG24kFo>



Figure 29. Iconicité : Labyrinthite

Source : Valérie Wagner



4.1.1.7 Orphan Black — 2014

Plusieurs chaises *Solair* apparaissent dans l'épisode 2 de la saison 2 de la série canadienne de science-fiction *Orphan Black*. Dans cet épisode, la chaise apparaît au motel Green Acres de la région de Mississauga en Ontario. Le motel est le site d'activités criminelles. Certains indices y mènent des enquêteurs qui sont sur les traces d'une petite fille kidnappée (Manson et Fawcett, 2014).

Dans la séquence, une chaise *Solair* est placée devant chaque porte qui donne sur une chambre du motel. Le revêtement des murs en briques brunes, le trottoir en béton et le stationnement en asphalte révèlent un aménagement utilitaire et modeste. Les plantes qui poussent sur les colonnes de briques du motel sont dans un piètre état et évoquent un manque d'entretien. Le policier prêt à dégainer son arme n'inspire pas tout à fait confiance. Les chaises jaunes et orange forment des pastilles de couleurs sur les murs de briques. Cette série télévisée de 2014 présente la chaise *Solair* comme un objet commun et banal que l'on peut encore voir dans les motels. L'anonymat du motel et les activités illicites qui s'y déroulent associent la chaise *Solair* à un environnement impersonnel peu recommandable qui évoque l'insécurité (Figure 30 ; Figure 31).

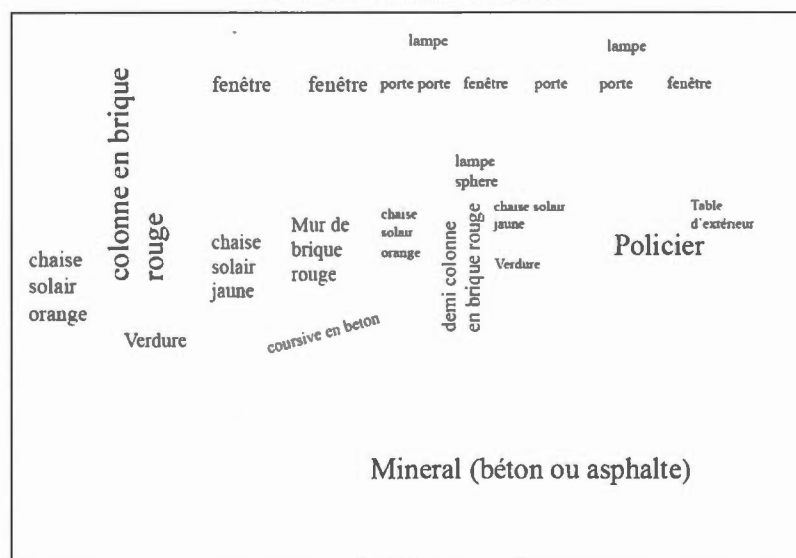
Figure 30. Orphan Black, Saison 2, Épisode 2 - Image fixée à 9min49sec

Source: BBC



Figure 31. Iconicité : Orphan Black, Saison 2, Épisode 2

Source: Valérie Wagner



4.1.1.8 Mise en marché

Distribuée dans plusieurs quincailleries du Québec, la chaise *Solair* se retrouve dans des étagères de mobilier de jardin aux côtés la chaise *Adirondack* dans sa version en plastique et que les autres chaises de jardin. Dans cet environnement, la chaise est considérée comme objet-marchandise au même titre que les chaises en résine de synthèse. Vendus sans description exhaustive, des exemplaires de différentes couleurs peuvent être accrochés au plafond d'un magasin comme à la quincaillerie Rona située sur la rue du Parc à Montréal (Figure 32). La chaise peut aussi être présentée en un seul exemplaire avec une palette de couleurs attachée à la coquille comme à La Boite à clous, près du métro Beaubien (Figure 33). Le registre employé dans ces commerces n'est pas élitiste; rien de prestigieux, rien d'exceptionnel; une chaise d'extérieur commune et sans prestige qui est relativement abordable, presque à l'image de sa mise en marché d'origine.

Figure 32. Chaise Solair dans une quincaillerie Rona (5742, av. du Parc)

Photo : Valérie Wagner



Figure 33. Chaise Solair à La Boite à clou

Source : Justine Chouinard



Dans ce premier contexte, la chaise *Solair* est représentée dans un univers modeste, qui réfère à la chaise de motels et à ses débuts en tant qu'objet commun. Le lecteur des images présentées dans cette section ne peut faire abstraction du sens premier de la chaise, celui d'objet de consommation de masse. Ce contexte communicatif projette la chaise dans une époque passée lisible dans les films, les séries télévisées, les livres, le vidéoclip et les photos recensés. Pour la replonger dans cette ambiance, on l'utilise dans ses couleurs originales : jaune, blanc et surtout orange. Dans les décors présentés dans cette section, la chaise reste la plupart du temps anonyme et banale, sauf dans le roman de Bourbaki. Les objets qui l'environnent la connotent géographiquement, temporellement et socialement. L'iconicité des représentations du premier contexte communicatif évoque la domesticité rurale ou citadine, les années 1970 et 1980, la classe moyenne ou démunie et le climat impersonnel sombre et figé dans le temps que peuvent représenter certains motels de pacotille. Sa popularité, entre 1975 et 1988, a créé un environnement mnémonique propice à la filiation nostalgique qu'éprouvent à son égard les *boomers*, les gens de la génération « X » et les « Y » les plus âgés.

4.1.2 Deuxième contexte communicatif

La réédition de la chaise et sa reconnaissance en tant qu'icone du design par les experts ont permis de construire un univers de références bicéphale. Sans faire abstraction de son bagage sémantique issu de sa première vie, elle revient au gout du jour tout comme certains objets démodés deviennent tout à coup des objets *vintage*. La réédition injecte sur le marché de masse des chaises semblables à l'ancienne version. Elles sont différentes par leur piètement et ne portent pas les traces physiques d'une histoire d'usage, car elles sont issues d'une nouvelle production. Dans son ouvrage, *Les Limites de l'interprétation*, paru en 1992, Umberto Eco affirme :

La reproduction ne possède pas tous les traits de l'original (le matériel employé peut être de qualité inférieure, la forme ne peut être exactement la même), mais l'acheteur manifeste une certaine souplesse quant à l'évaluation des caractéristiques essentielles de l'original et — pour des raisons économiques ou par indifférence — il considère la copie comme adéquate à ses exigences. (Eco, 1992, p. 180)

Eco ajoute « que la reconnaissance des doubles est un problème pragmatique, parce qu'elle dépend d'assomptions culturelles » (Eco, 1992, p. 180). D'ailleurs lorsqu'on compare plusieurs chaises *Solair* de différentes époques, il est possible d'observer un changement de forme. Le piètement de ce que l'on pourrait appeler la première génération est plus arrondi comparé à celui de la chaise que l'on retrouve sur le marché aujourd'hui. Voici des exemples d'usages, de représentations et de mises en marché dans lesquels elle est utilisée en tant qu'objet reproduit, au gout du jour, tout en gardant non loin de la surface les traces d'un univers de références passées.

4.1.2.1 Motel Frenchy Oasis- 2010

La chaise *Solair* fait partie du décor permanent du motel Frenchy's Oasis situé à Clearwater, en Floride. Frenchy, de son vrai nom Micheal Preston, est un homme d'affaires d'origine québécoise qui possède plusieurs entreprises. Propriétaire de restaurants et de cafés, il opère aussi un fournisseur de fruit de mer. Toutes ces entreprises sont situées sur la plage de Clearwater. C'est aussi le cas du motel qu'il acquiert en 2010, jadis nommé Motel Olympia. En 2010, ce motel a été complètement rénové et son décor est inspiré des années 1960.

Dans leurs versions blanches et bleues, des chaises *Solair* ont été acquises lors des travaux de rénovation (Clark, 2015). Le propriétaire les aurait dénichées au Canada et fait expédier directement au motel. Plusieurs images sur le site web du motel montrent des chaises *Solair* installées à l'extérieur des chambres et autour de la piscine. Le crépi rose qui constitue la majeure partie du revêtement extérieur du bâtiment ne rappelle pas un matériau moderne ou luxueux. Les pastilles bleues présentent sur chacune des portes des chambres et les néons circulaires dialoguent avec les chaises *Solair* bleues. Les néons bleus sur la façade et sur la corniche du bâtiment évoquent l'audace, le divertissement tout en référant à une période passée où les enseignes lumineuses régnaient sur les façades des commerces. Les formes de vague que l'on observe un peu partout dans les éléments décoratifs comme les balustrades et les portes rappellent les stations balnéaires et la mer. Tous ces éléments participent à recréer une ambiance rétro des années 1960, figée dans le temps, presque kitsch. Des chaises longues en résine de synthèse blanche complètent le mobilier. Au Frenchy's Oasis, la chaise *Solair* est utilisée comme un classique de mobilier extérieur bon marché. Ces éléments n'évoquent rien de luxueux ni de contemporain, toutefois l'entretien soigné constaté sur les images démontre un souci des apparences, un environnement propre et convenu. Dans ce décor des années 1960, la chaise *Solair*, dans sa version rééditée, évoque des souvenirs. Les éléments présents sont des clins d'œil à une époque empreinte de nostalgie, de souvenirs heureux et de légèreté (Figure 34 ; Figure 35).

4.1.2.2 Dwell on Design, Los Angeles — 2010

En 2010, la chaise *Solair* est présentée à Los Angeles au salon *Dwell on Design*, organisé par le magazine du même nom. Ce salon estival de trois jours vise à montrer les nouvelles tendances en matière de design. Le programme est constitué de séminaires, de conférences et de cours. En plus d'être une vitrine, ce salon est l'occasion pour le public d'entendre des professionnels du monde du design partager leur passion (Figure 27).

Lors de l'édition 2010 de *Dwell on Design*, les chaises *Solair* sont installées sur un tapis gazon synthétique dans un espace de détente pour les usagers du salon. À l'ombre d'un olivier en pot, on reproduit l'ambiance d'un jardin où des chaises orange et vertes animent le décor. Celui-ci évoque un environnement artificiel, à la limite du kitsch. L'objet n'est plus un simple accessoire de décor, il est utilisable, ordinaire, donc abordable. Les chaises peuvent être déplacées au gré des envies des visiteurs, comme s'ils étaient dans leur propre jardin; une proximité avec l'objet s'établit. Son exposition dans ce type d'évènement place la chaise dans une autre sphère que celle de chaise de motel; elle reprend d'assaut le rôle de chaise d'extérieur aux couleurs gaies et joyeuses. A priori, il aurait été possible de lui donner un sens d'objet singulier parmi ces objets choisis pour représenter les incontournables et les impératifs de l'année, mais sa proximité et sa mise en scène ne l'associent pas tout à fait à ces objets. Le gazon synthétique la décale de cet univers *tendance* et «design» en promouvant un côté ludique, rapprochant la chaise *Solair* du joyeux et du faux plutôt que du luxe et laissant son côté triste et pauvre au rancart (Figure 36; Figure 37).

4.1.2.3 SIDIM, Montréal 2009 / 2010

Le Salon international du design de Montréal a été créé en 1989. Il fait partie des premières initiatives québécoises visant à rassembler et promouvoir les professionnels du design. Regroupant des designers d'intérieur, des architectes, des distributeurs, des gens d'affaires, des consultants, des consommateurs ciblés ainsi que de nombreux journalistes, ce salon prend place tous les mois de mai et est devenu par la force des choses le *mois du design* à Montréal (Montréal, 2015). C'est à ce moment de l'année que toutes les tendances et les innovations en matière de design s'exposent et qu'une multitude d'événements semblables prennent place. Outre le SIDIM, on peut nommer par exemple : C2MTL, les portes ouvertes Design Montréal (événement bisannuel) et les nombreuses expositions de la relève dans les cégeps et les universités qui, chaque année, mettent en lumière les jeunes « à surveiller » dans le domaine.

La chaise *Solair* fait plusieurs apparitions remarquées au SIDIM. En 2009, les designers Christian Bélanger et André Davignon conçoivent un kiosque thématique pour l'événement intitulé *États de sièges*. Dans l'aménagement de cet espace, la chaise *Solair* dans sa version rose dialogue avec d'autres sièges de designers internationaux dispersés dans l'espace sur un fond noir. Toutefois, avec sa couleur rose, elle est plus ludique que luxueuse. Bélanger et Davignon gagnent le premier prix d'aménagement de kiosque thématique (Bélanger, 2015; Design Montréal, 2015; for design, 2015; Kollektif, 2015) (Figure 38 ; Figure 39).

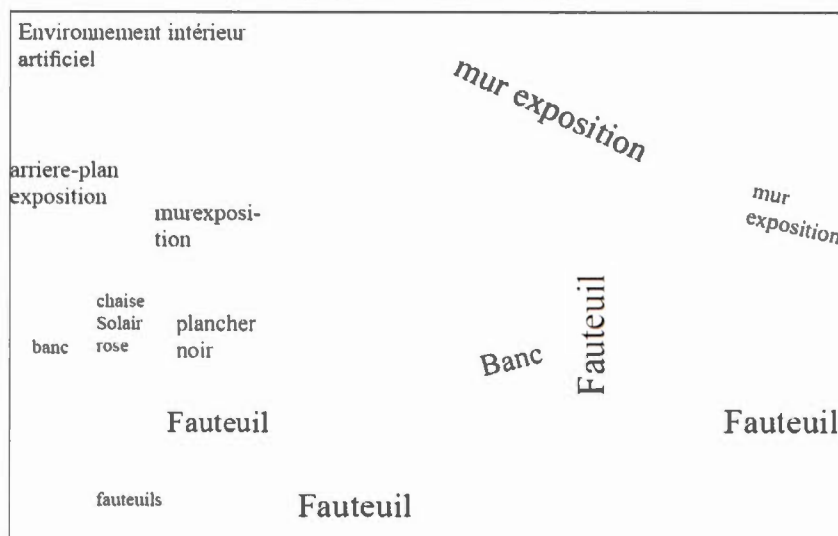
Figure 38. État de siège au SIDIM

Source : http://mtlunescodesigners.com/fr/Christian_Belanger_Design



Figure 39. Iconicité : État de siège au SIDIM

Source : Valérie Wagner



En mai 2010, la boutique Léo Victor installe, elle aussi, des chaises *Solair* au SIDIM. Lucie Lavigne du quotidien La Presse ne manque pas cette présence des fameuses chaises; elle les photographie et en fait part sur son blogue (Lavigne, 2010). En triades, les chaises sont regroupées par couleurs et placées dos à dos sur un carré de tapis gazon. Plantes tropicales géantes, pots de plantes aux couleurs vibrantes, panneaux graphiques représentant de grandes herbes : tout l'aménagement du kiosque évoque un jardin artificiel. À moins qu'un visiteur n'ose déplacer une de ces chaises hors du carré gazonné, cet étalage n'encourage pas le spectateur à s'approprier l'objet. Les chaises *Solair* ne sont là que pour la consommation visuelle. Les quelques chaises qui ne reposent pas sur les carrés de gazon sont moins décoratives et peuvent même être utilisées par les visiteurs exténués de ratisser les nombreux kiosques. En se retrouvant dans un lieu qui rassemble les objets les plus en vogue, la chaise *Solair* acquiert par osmose un sens à jour, contemporain. Tout comme dans l'exposition Dwell on Design, elle est présentée comme un objet ludique et le fait qu'elle soit entourée d'artificialité l'éloigne des objets de design en la rapprochant de l'univers du kitsch (Figure 40 ; Figure 41).

Son exposition lors du SIDIM et du Dwell on Design a confirmé sa place importante en tant que marchandise non seulement culturelle, mais aussi cultivée. «Le gout cultivé se caractérise par une attitude cosmopolite, c'est à dire une préférence pour l'exotique et le lointain. En matière de gout l'attitude cosmopolite se traduit par un effort de valorisation d'éléments culturels «très éloigné conceptuellement de ce qui est considéré comme la norme à l'intérieur d'une catégorie sociale donnée» (Fridman et Ollivier, 2004, p. 108)

Mis à part les personnalités du domaine, lors de ces événements, les étudiants et les néophytes sont en contact avec ce que l'on dit être *in*. Le bon gout et la distinction sont au cœur de ce que l'on recherche dans ces foires; on y va pour voir ce qui est en vogue. En réponse à ces expositions, la presse écrite regorge de coups de cœur, d'impératifs, de sélections de la sélection (Lavigne, 2010). Le design est à vendre et est, dans ces cas, une valeur ajoutée. La chaise *Solair* baignant dans ce contexte est largement médiatisée.

4.1.2.4 Lancement du film *Frisson des collines*- 2011

Frisson des collines est un film québécois du réalisateur Richard Roy qui a pris l'affiche en 2011. Le film raconte l'histoire d'un adolescent prénommé Frisson (Olivier Pilon) qui, en 1969, veut aller au festival de Woodstock avec son père (Patrice Robitaille). En raison du décès de ce dernier, Frisson décide de s'y rendre par ses propres moyens. Même si on ne retrouve pas la chaise *Solair* dans le film, elle est largement utilisée lors du lancement de celui-ci au Cinéma Lido à Lévis. Cet évènement se déroule dans une ambiance des années 1970.

Le hall du Cinéma Lido était parsemé d'éléments de décor rappelant les années 70. Vieux disques 33 tours, plaques d'immatriculation de l'époque et même un trio personnifiant les astronautes de la conquête de la lune sans oublier la musique des groupes ayant participé au mythique festival de Woodstock. (Le peuple de Lévis, 2011)

Dans de multiples couleurs issues de la nouvelle édition, les chaises égayent l'aménagement de la conférence de presse. Les chaises *Solair* évoquent le passé par leur association, non seulement avec le film, mais avec les éléments de décor rétro comme les vieilles plaques d'immatriculation et les 33 tours. La chaise *Solair* est utilisée par les promoteurs pour ses associations avec les années 1970, la quête de liberté des personnages du film, l'été, le soleil et la chaleur; des caractéristiques bien présentes dans le long métrage. Contrairement aux connotations du premier contexte communicatif, la chaise *Solair* rappelle ici un univers plus joyeux; un bonheur estival empreint uniquement de bons souvenirs, une époque colorée et pleine d'espoir (Figure 42 ; Figure 43).

4.1.2.5 Coiffure Boy'e à Montréal — 2013

Le commerce Boy'e est un salon de coiffure pour hommes situé sur la rue Rachel au coin de la rue de la Roche à Montréal. Il a pignon sur rue juste en face du parc Lafontaine au point de rencontre de deux pistes cyclables. Depuis 2012, son propriétaire dispose d'une dizaine de chaises *Solair* de couleur verte qu'il place devant la vitrine du commerce.

Accumulées, alignées, toutes vert lime, ces chaises s'harmonisent avec le logo de l'entreprise et contrastent avec l'environnement minéral urbain. Les chaises Solair ne sont pas les seuls objets utilisés comme éléments de décor dans la mise en scène de ce commerce. En hiver, on y a déjà disposé des chaises Adirondack sur lesquelles étaient déposées de grosses couvertures carreautes rouge et noir. Aux côtés de celles-ci reposaient des lanternes dans des boîtes rouges (Figure 44). Ce décor invitant évoquait le confort, la détente, la chaleur, le chalet. Une ambiance décontractée et chaleureuse émanait de ces chaises Adirondack mises en scène devant le commerce. De leur côté les chaises Solair, par leur couleur verte, tapissent d'une couleur estivale le revêtement minéral omniprésent.

À l'instar du confort hivernal qu'évoquaient les chaises Adirondack, les chaises Solair avec leurs couleurs pimpantes suggèrent plutôt la chaleur estivale, le vert, le gai. L'exubérance de leur présentation suggère qu'il ne s'agit pas de simples chaises d'attente, les chaises Solair sont pratiquement en démonstration. Cette présentation amplifie le sens ludique que le propriétaire donne à la Solair. Finalement, en mettant en scène de telles chaises iconiques, Boy'e reconnaît la chaise Solair comme un classique au même titre que la chaise Adirondack (Figure 45; Figure 46).

Figure 44. Chaises Adirondack devant le commerce Boy'e

Source : Google + Photo : Macryllos, Jimmy



4.1.2.6 Mise en marché

La Baie d'Hudson

La Baie vendait en 2012, dans sa section fauteuil de jardin, la chaise *Solair* et la décrit comme suit : « De conception canadienne, en 1972 par les architectes de Montréal Fabiano Fabio & Michelangelo Panzini, le siège *Solair* est un chef-d'œuvre incontesté de l'histoire du design mobilier moderne » (La Baie, 2012). Elle est accompagnée de cette courte description orientée sur son origine. Peu de mots sont nécessaires pour la Baie; le bagage historique n'est pas totalement nié, mais on ne parle pas de sa première vie de chaise de motel ni de sa popularité d'antan. L'image que l'on retrouve sur le site web du grand magasin présente cinq chaises *Solair* en couleurs différentes. Détournées sur un fond blanc, décontextualisées, il est possible de les imaginer partout et nulle part à la fois. Finalement, l'utilisation du logo de la chaise *Solair* (fait par Noctane pour les Industries Émile Lachance) dans le coin supérieur gauche de l'image garantit l'authenticité des chaises. Toutefois, comme démontré précédemment la réédition est légèrement différente de l'original. Elle est plutôt une authentique réédition (Figure 47).

Figure 47. La chaise Solair à La Baie

Source: Capture d'écran

<http://www2.thebay.com/patio2012/fr/categories/chairs.html>



In Abstracto , Toronto, Ontario

In Abstracto est une boutique-galerie torontoise consacrée aux objets de la moitié du XXe siècle qui offre un large éventail de mobilier, de luminaire et œuvres d'art. Ouvert par la collectionneuse Kate Eisen en 2001, on y trouve des exemplaires rares de mobilier scandinave, américain, européen et canadien. Alors que plusieurs objets ne sont offerts qu'en un seul exemplaire, la chaise *Solair* fait partie des items réapprovisionnés. Son prix de vente s'élève à 140,00 CAD. Selon les propos recueillis par le *Globe and Mail* et le *Toronto Star* en 2009, ce serait Kate Eisen et Duncan Farnan, alors directeur de la galerie d'art du Mississauga, qui auraient contacté les producteurs de la chaise *Solair* pour la distribuer à Toronto (Scrivener, 2009; Verner, 2009). « We just want to make people aware that this is something special in Canadian design » (Scrivener, 2009). Ils ont d'ailleurs organisé un lancement de la chaise *Solair* à l'hôtel Gladstone de Toronto en invitant le public à partager des histoires personnelles au sujet de la chaise *Solair* (Auteur inconnu, 2009; Scrivener, 2009). Le duo participe de cette façon à la diffusion de la chaise *Solair* dans les journaux locaux et à son élévation au niveau d'objet d'élite (Figure 48).

Figure 48. Chaise Solair chez In Abstracto

Source : <http://inabstracto.wordpress.com/2014/05/17/the-solair-chair-3/>



Sur la page web de la boutique, la description de la chaise *Solair* attribue son design à Fabiano et à Panzini et mentionne sa conception québécoise en 1972. Cette précision reflète bien la vision de la collectionneuse qui, depuis 2009, désire que le public prenne conscience que cet objet est important pour le design canadien (Scrivener, 2013). De plus, la courte description met l'accent sur le fait qu'on croyait que la chaise *Solair* était disparue et hors production, mais qu'elle est bel et bien de retour sur le marché après avoir été mise au rancart. Avec cette insistance sur la renaissance de la *Solair*, on renforce l'idée que la chaise a maintenant une deuxième vie et que c'est le souvenir de ses premiers usages qui la rend unique.

Vancouver Special — Vancouver, Colombie-Britannique

À Vancouver, dans le quartier Mount Pleasant, la boutique Vancouver Special est une boutique spécialisée qui offre une vaste sélection de mobilier contemporain, d'objets de design et de livres sur l'architecture et le design. Ouverte en 2008, la principale mission de l'entreprise est de promouvoir l'idée que le design est accessible à tous et que la qualité des produits entraîne une qualité de vie corollaire. Lors d'un voyage en 2013, il a été remarqué que plusieurs chaises *Solair* étaient installées, l'été, sur le trottoir devant la vitrine. De toutes les couleurs, les chaises s'harmonisaient avec la couleur vert lime de la façade et soulignaient le côté bigarré de la boutique. « Originally designed in 1972 by Montreal architects Fabio Fabiano and Michelangelo Panzini, the *SOLAIR* chair is a Canadian design classic » (Vancouver Special, 2015).

La description de la chaise, que l'on retrouve sur leur site web de Vancouver Special, prend en considération l'année de sa conception, le nom de ses designers en plus de mentionner qu'elle est un classique du design canadien. La première phrase est suivie d'un texte tiré du site web Canadian Design Ressource. Écrit par Kate Eisen de la boutique *InAbstracto* et par Duncan Farnan de la galerie d'art de Mississauga, ce texte relate honnêtement l'histoire de la chaise *Solair* tout en nommant au passage sa valeur d'icône pour les motels et les bords de piscine nord-américaine ainsi que sa place en tant qu'emblème de la culture Canadienne. « [...] The chair went on to become an iconic fixture of North American roadside motels and pools of the period. [...]. The *Solair* [...] exudes an allure that continues to speak to us about its emblematic place in

Canadian culture » (The Canadian Design Resource, 2015; Vancouver Special, 2015). Incidemment, le prix de la chaise dans cette boutique est de 135.00CAD (Figure 49).

Figure 49. Chaise Solair chez Vancouver Special
Source : <http://vanspecial.com/furniture/solair-chairs/>



Innit Design, Toronto, Ontario

Entreprise torontoise, Innit Design se spécialise dans la fabrication des chaises *Acapulco*, ces chaises de conception artisanale en acier et en vinyle tressé sont conçues pour l'extérieur. Elle distribue aussi les chaises *Solair* en Australie et en Nouvelles Zélande. Propriétaire du domaine internet theSolairchair.com, le distributeur choisi le slogan « There's nothing cooler than a *Solair* » pour promouvoir la chaise. Ne cachant pas ses origines québécoises et son année de création, l'entreprise insiste, dans le texte de présentation, sur l'intemporalité de l'objet et sur son esthétisme moderne et rétro. « The *Solair* Chair was created by the industrial designers Fabio Fabiano and Michelangelo Panzini in 1972 in Quebec, Canada. The *Solair* is timeless yet trendy with a minimal retro-modern aesthetic and a very reasonable price tag » (Innit Designs, 2015). On y lit que ces chaises peuvent être utilisées, non seulement, dans les cours et les jardins résidentiels, mais aussi pour meubler des restaurants, des bateaux de croisières, des spas ou des hôtels de luxe. Elles sont disponibles pour la vente en gros

au nombre de trente chaises par palette de livraison. Innit Design prend d'assaut une part de marché différente de celle des autres distributeurs mentionnés. Le prix de vente n'est pas disponible (Figure 50).

Figure 50. Chaise Solair

Source: Innit Designs <http://thesolairchair.com/>



Deux univers de référence cohabitent dans ce deuxième contexte communicatif. Ce type d'interprétation permet une lecture décalée où le sens premier, celui de la chaise générique sans singularité, est partiellement voilé par un second degré : celui qui apparaît dans un décor artificiel, ludique, voire ironique. C'est un objet sophistiqué qui a passé au travers du temps : « This chair continues to withstand the test of time and remains a cherished Canadian classic design and an undisputed masterpiece in the history of contemporary furniture » (Innit Designs, 2015). Des couleurs « tendances » telles que le rose, le vert pimpant, le noir et le gris participent à réaffirmer sa contemporanéité. S'ajoutent à elles des couleurs « classiques » comme l'orange, le bleu, le jaune et le blanc qui réitèrent son statut intemporel (Innit Designs, 2015). Cet univers de référence fait un clin d'œil à la première vie de la chaise *Solair* tout en la présentant dans des lieux qui n'ont aucun rapport à celle-ci. La chaise joue son rôle d'objet d'exception sans abstraire son origine modeste et localisée tant géographiquement que temporellement. Le bagage culturel et historique de la chaise est connu et endossé. Ce n'est pas la chaise de motel que nous avons sous les yeux, mais bien « La chaise

Solair » pleinement assumée. La banale chaise de motel anonyme transformée en « chaise *Solair* » : objet de design. Bien qu'un nouvel univers de référence sophistiqué soit construit à la suite de sa réédition, la chaise conserve ici ses origines modestes. Cela lui confère une aura manifeste et on l'apprécie pour l'effet de décalage provoqué. Suite à cette analyse, on note un effet métonymique, une figure de style qui permet d'émettre un sens au moyen d'un autre. Le sens premier n'est en aucun cas altéré et sert à élucider le nouveau sens.

4.1.3 Troisième contexte communicatif

Un troisième contexte communicatif où l'on retrouve la chaise *Solair* aujourd'hui est marqué par un état d'amnésie complète face à son passé. Dans ce contexte, toute trace de son passé d'objet ordinaire est évacuée. La réédition, alliée à la nouvelle distribution et à une diversification d'approches de commercialisation, offre une opportunité d'interprétation anhistorique. Une déterritorialisation partielle du sens que l'on donne à la chaise *Solair* s'articule par des images de promotions où seul l'objet de design est perçu et réinterprété. C'est-à-dire que le sens premier de l'objet populaire et son passé de chaise de motel sont complètement effacés pour laisser libre cours à une nouvelle interprétation comportant des caractéristiques liées au design. Les cas suivants laissent une place privilégiée à la création du mythe autour « du chef-d'œuvre incontesté de l'histoire du design de mobilier moderne » (Stardust Modern Design, 2015) et de l'« icône de design ».

4.1.3.1 From Québec, New York — 2010

À l'automne 2010, la chaise *Solair* est mise en exposition lors de l'évènement *From Québec*, présenté par la délégation du Québec à New York à la galerie Relative Space de la Ville qui ne dort jamais. La Délégation générale est le principal organisme à représenter le Québec aux États-Unis et fait la promotion des intérêts du Québec dans les secteurs des affaires, de l'investissement, des institutions gouvernementales, de l'éducation, de la culture et des affaires publiques (Gouvernement du Québec, 2015). Dans le champ plus spécifique de la culture, cette organisation s'applique à maintenir des relations étroites avec les réseaux de diffusion en réalisant un travail de relais entre la communauté culturelle québécoise et new-yorkaise ainsi qu'en organisant des projets qui auront des retombées potentielles pour le Québec (Gouvernement du Québec, 2015). Paul Dallaire, attaché commercial pour la délégation générale du Québec à New York et Josée Lepage, designer et commissaire, sont chargés de l'évènement.

Plusieurs designers-producteurs contemporains du Québec comme Furni, Kino Guérin, M3 Béton, Toma Objet, ont été sélectionnés pour représenter à cet évènement le design québécois de l'heure. Dans son ouvrage *Les designers-producteurs au Québec*,

André Desrosiers parle de ces individus comme « des créateurs qui ont entrepris de produire ou faire produire des biens et services et de les mettre en marché » (Desrosiers, André 2009, p. 14). Ces designers réalisent des objets ou du mobilier de petites à moyennes séries. Leurs créations récentes côtoient, sur cette plateforme, la chaise *Solair* vieille de plus de quatre décennies. La *Solair* est un des seuls objets à être produit à grande échelle et à être le fruit d'une réédition. De plus, elle n'est pas issue d'un travail de designer-producteur, mais bien de designer contractuel en entreprise. Il y a donc un écart entre les objets exposés pendant l'évènement *From Quebec* et la chaise *Solair*.

Le texte de l'exposition décrit la chaise comme « one-of-a-kind Canadian design icon » (Délégation générale du Québec à New York, 2015). A priori anachronique dans cet univers de promotion contemporaine, du haut de ses quarante ans, la chaise est définie comme un icône du design canadien conçue par deux designers montréalais. On attribue son récent retour à l'entichement des Nord-américains et des Français pour les objets et le mobilier de la moitié du XXe siècle et le *vintage*.

« First popular in the '70s and '80s, the *Solair* chair is once again a hot-ticket item, thanks in part to the bright and vibrant colors that make it stand out, but also due to the renewed interest from North American and European consumers for mid-century modern and vintage furniture » (Délégation générale du Québec à New York, 2015).

Le site web de l'évènement mentionne que la chaise *Solair* fait désormais partie de la collection du Musée national des beaux-arts du Québec. « The mod style of the *Solair*, influenced by the optimism of Expo '67, has made it a hot collectible over the years, and is also part of the permanent collection of the Quebec National Museum of Fine Arts » (Délégation générale du Québec à New York, 2015). En 2014, elle fait toujours partie des objets que l'on promeut sur le site web de l'évènement. En somme, on justifie sa place parmi les éléments de cette exposition par le fait inusité de sa réédition et de sa consécration muséale (Figure 51 ; Figure 52).

4.1.3.2 Maison de Jonathan Adler -2012

La chaise *Solair* figure dans le numéro de juin 2012 de la revue *Architectural Digest*¹⁷ alors que la maison du designer américain Jonathan Adler y fait l'objet d'une chronique. Jonathan Adler n'est pas seulement un nom, c'est aussi une marque de commerce, avec une trentaine de boutiques éponymes. On y retrouve de tout, des accessoires, des meubles, des luminaires... tous dans un univers de style éclectique (Adler, 2014). Dans les photos publiées, deux chaises *Solair* orange qui se trouvent sur la terrasse côtoient des créations d'Adler; des coussins de *Sunbrella*, des appliques *vintage* et d'autres éléments de décoration qui connotent le luxe dans un style décontracté. Les teintes brunes, orangées, jaunes et blanches dominant et réfèrent à la terre, à la nature et aux années 1960-1970. Les chaises *Solair* sont disposées au bord d'une vaste piscine et témoignent du niveau de vie élevé des habitants de cette maison. La photo évoque une ambiance de détente, de villégiature et de vacances. On voit que les éléments juxtaposés ne sont pas là par hasard ou par dépit. Leur présence découle d'un choix, d'une recherche attentionnée de composition esthétique pour créer le décor et l'ambiance désirés. Cette sélection faite par le designer, qui dans ce cas est aussi le résident, sert d'exemple pour les lecteurs de l'*Architectural Digest* puisque la revue fait autorité dans le domaine du design. Le fait que la chaise *Solair* ait été choisie par le designer pour décorer sa maison et qu'il la montre dans cette revue prestigieuse confère à l'objet un statut éminent et aux yeux des experts du design (Figure 53; Figure 54).

¹⁷ La revue *Architectural Digest* existe depuis 1920. Son public cible se constitue d'architectes et de designers professionnels ou amateurs. Multiplateforme, cette revue offre, selon ses propres termes, « une tribune pour les plus belles demeures du monde ». Détenu par la compagnie de média Condé Nast, qui publie aussi le *Vanity Fair*, *The New Yorker*, *Vogue* et *Allure*, cette revue rejoint un public de 4.3 millions de lecteurs pour la version imprimée en 841 exemplaires et reçoit 794 000 visites sur le site web. (<http://www.condenast.com/brands/architectural-digest/media-kit/print>) La revue est distribuée dans plusieurs pays; la Chine, la France, l'Allemagne, l'Inde, l'Italie, le Mexique, la Russie, l'Espagne et bien sûr les États-Unis et le Canada

Figure 53. Maison de Jonathan Adler dans le Architectural Digest

Source: Architectural Digest, 2012

Photo : Joshua McHugh



Figure 54. Iconicité : Maison de Jonathan Adler dans l'Architectural Digest

Source: Valérie Wagner



4.1.3.3 Mise en marché

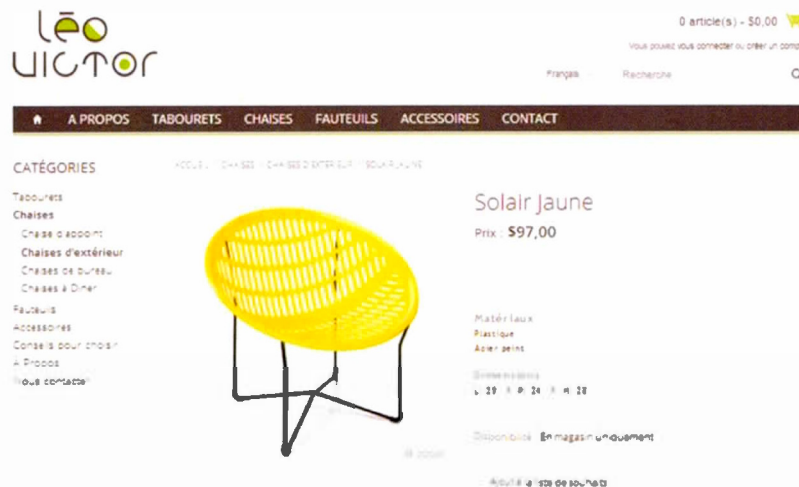
Léo Victor, Montréal, Québec

Léo Victor est une boutique de Montréal spécialisée dans la vente de tabourets, de chaises et de fauteuils. On retrouve sur la page web de l'entreprise une présentation de la chaise *Solair* où seules des caractéristiques de dimension et de couleur de matériaux sont indiquées. Le site ne fait aucune mention des designers, de l'origine de la chaise ou de sa reconnaissance en tant qu'icone. C'est une chaise sans histoire, sans passé. Les chaises sont représentées individuellement par des images sur fond blanc, détournées de tout contexte. Cette boutique vend aussi des classiques du design tels que la chaise *Barcelone*, la chaise *Panton* et la chaise *Œuf*. Seule dans la section des chaises d'extérieur, la chaise *Solair* est considérée comme un objet-marchandise commun dans un univers déco *tendance*. Ce code est affirmé quand la boutique présente des chaises *Solair* au Salon international du design de Montréal (SIDIM) en 2010 (Figure 55).

Figure 55. Chaise Solair chez Léo Victor

Source:

http://www.leovictor.com/index.php?route=product/category&path=71_115



Stardust, Sonoma, Californie

À Sonoma, en Californie, la boutique Stardust est un distributeur d'ameublement édité notamment par Artemide, Flos, Kartell et Vitra. On y vend des créations de designers actuels comme les designers Philip Starck et Ron Arad et de designers de grande renommée tels que Charles Eames et Arne Jacobsen. La description que la boutique Stardust fait de la chaise *Solair* est particulièrement intéressante. La chaise *Solair* baigne dans le milieu du design d'élite, et y est vendue plus cher que la chaise *La Marie* de Starck pour Kartell. La description mentionne les designers Fabio Fabiano et Michelangelo Panzini; ils sont décrits comme des designers industriels. Leur origine et leur terre d'accueil ne sont pas mentionnées, le lecteur présume donc qu'il s'agit de designers italiens. La description élève la chaise *Solair* « à une incontestable pièce maitresse dans l'histoire de l'ameublement moderne ». ¹⁸ Il est sous-entendu dans ce texte qu'une chaise de 1972 qui se vend toujours aujourd'hui doit sans doute être indémodable. Il s'agit d'un bon investissement pour le consommateur d'objet de design. « Very nice and minimal, this beautiful outdoor chair becomes a natural extension of the modern home » (Stardust Modern Design, 2015). Le portrait qualitatif de la chaise culmine en la montrant comme « l'extension naturelle de la maison moderne » (Stardust Modern Design, 2015). Aucune mention d'icone du design canadien ou de la présence massive dans les motels de la côte Est n'est faite. On imagine la tête du consommateur de luxe de Sonoma en voyage au Québec qui tombe nez à nez avec une panoplie de chaise comme la sienne dans un motel modique. De plus, le fabricant désigné est IPL alors que c'est IEL qui fabrique les chaises *Solair* actuellement. Cette description trace donc un portrait éluif de la chaise, laissant de côté ce qui pourrait nuire à sa consécration en tant qu'objet de design singulier et de luxe. Dans cette boutique, la chaise *Solair* est une chaise portant une signature de designer, accessible à une minorité

¹⁸ Traduction de l'auteure : « The *Solair* Chair is an undisputed masterpiece in the history of modern furniture design » Stardust Modern Design, «*Solair* Modern Outdoor Chair by Fabiano and Panzini», (Sonoma, Californie 2015)

qui a les moyens de garnir ses quartiers de meubles « design » (Figure 56).

Figure 56. Chaise Solair chez Stardust Modern Design

Source: <http://www.stardust.com/mm5/merchant.mvc?>



Amory y Locura, Melbourne, Victoria

Amory y Locura à Melbourne en Australie, est une boutique d'importations mexicaines ouverte par une Australienne passionnée de l'Amérique latine. Cette boutique distribue la chaise *Solair* là où des bibelots, représentant des crânes de la fête des Morts, trônent au milieu des couvertures traditionnelles en laine. Ici, on parle d'une chaise *Solair* originale de 1972, exclusivement disponible dans cette boutique. Elle est décrite comme confortable, durable et amusante. Ce sens ludique est rarement exploité par les distributeurs qui optent le plus souvent pour un style de description plutôt historique et sérieux. Les chaises *Solair* sont présentées à côté des chaises *Acapulco* d'importation mexicaine. La chaise *Acapulco* est réputée pour être fabriquée artisanalement au Mexique. Elle est connue pour sa robustesse. Créée dans les années 1960, cette chaise connaît un retour comparable à celui de la chaise *Solair* suivant l'exposition *Transit Cases : Chairs from Mexico* en 2008-2009 (Cajas de tránsito: sillas desde México). Cette exposition itinérante présentait plus de 20 sièges et a été vue à Mexico, Madrid, Berlin, Eindhoven, Dublin, Bruxelles et Copenhague (Godoy, 2012).

Selon un des designers de l'exposition, Emiliano Godoy, la chaise *Acapulco* peuple les toits des maisons et les squares dans les petites villes du Guerrero depuis des dizaines d'années. Elle est constituée d'une coquille de cordes de plastique soutenue dans un cerceau de métal muni de pattes. C'est une chaise facile à produire même dans des villes peu industrialisées (Godoy *et al.*, 2007). Chez Amory y Locura, ces chaises sont offertes dans un vaste éventail de couleurs et les chaises *Solair* cadrent parfaitement avec l'ambiance de cette boutique à l'univers coloré (Figure 57).

Figure 57. Chaise Solair chez Amory y Locura

Source: <http://amorylocura.com/homewares/furniture/grey-solair-chair-403.html>



À l'extérieur du Canada et de l'est des États-Unis, lorsqu'on présente la chaise *Solair* rares sont les références de son usage dans les motels ainsi que de son contexte de production. L'exposition *From Quebec*, la revue *Architectural Digest* et la mise en marché singulière de la *Solair* révèlent un champ sémantique où l'histoire de la chaise *Solair* est inexistante. Les objets qui y sont associés n'ont aucun rapport avec son sens d'origine. C'est une amnésie contrôlée qui laisse paraître uniquement le côté sophistiqué de la chaise *Solair*. Le détournage de la chaise, les textes de présentation et les nouvelles couleurs contribuent à la réinterprétation de sa marque historique. Loin d'être un objet patrimonial de la région de Bellechasse, elle est sur la voie de devenir un jalon important représentant de l'histoire des produits de design. Suite à ce constat, on pourrait considérer cet objet comme naturalisé, dans la mesure où il est intégré à un

nouvel environnement; au même titre qu'un individu est déclaré citoyen dans un pays étranger.

4.2 Conclusion

Plusieurs contextes communicatifs peuvent être tirés de l'iconographie de la chaise *Solair*. Constituant une partie d'un décor pastiche d'une époque révolue où le temps s'est arrêté, la chaise *Solair* appartient à un espace-temps parallèle lorsqu'on la retrouve dans son contexte originel dans le premier contexte communicatif. On peut le constater dans les images des films et des livres analysées tout comme dans certains articles de journaux. La chaise, dans ces apparitions télévisuelles et écrites, reste bien campée dans son contexte d'origine soit celui des paysages des régions québécoises ou des devantures de motels. Le vocable « icône de design » est acquis, d'une part, par sa répétition dans le discours de la presse publique et de l'autre, par ses apparitions dans les sphères savantes. Les représentations évoquées dans le deuxième contexte communicatif sont caractérisées par la prise en compte de l'univers de références historiques tout en la situant dans un contexte qui l'extrait de l'univers original. Finalement, le troisième contexte communicatif présente une extraction complète de la chaise *Solair* de son contexte d'origine pour la réinjecter parmi des objets contemporains. En regard à l'iconographie, le constat est clair; la chaise *Solair*, à ce jour, est un objet polysémique.

CHAPITRE 5

SYNTHÈSES

La synthèse permet de revenir sur les acquis et les constats issus des différentes parties de ce mémoire et de les remettre en contexte. Elle a pour objectif de parfaire la compréhension du travail et d'en solidifier l'interprétation. Trois synthèses découlent de ce mémoire et correspondent aux hypothèses de recherche énoncées au premier chapitre. Une des hypothèses postulait qu'en parfaissant nos connaissances de l'histoire de la chaise *Solair* et de sa commercialisation, il serait possible de relever les mécanismes du changement de statut de l'objet. Les deux premières synthèses, la synthèse historique et la synthèse de la commercialisation reviennent sur celles-ci. Il a aussi été avancé, dans le premier chapitre, que les représentations servent, elles aussi, à documenter et expliquer les multiples sens que porte la chaise *Solair* aujourd'hui. Cette hypothèse sera discutée dans la troisième et dernière synthèse intitulée synthèse sémantique. Par la suite, une réflexion sur l'appellation « icône de design » apportera un éclairage sur ce terme largement utilisé depuis l'exposition *Québec en design*, terminant ainsi ce chapitre.

5.1 Synthèse historique

Au cours de sa vie, la chaise *Solair* navigue entre objet populaire et objet savant au sens où Jocelyne Mathieu l'entend dans son ouvrage *Découvrir, étudier et mettre en valeur la culture matérielle : dialectique entre cultures populaire et savante, l'exemple québécois au 20^e siècle*. Les événements-clés de l'histoire de la chaise *Solair* explicités dans la première partie de cet ouvrage révèlent, dans un premier temps, les raisons qui

expliquent qu'elle se soit retrouvée massivement dans le paysage québécois des années 1970 et 1980. Comme démontré précédemment, le succès commercial de la chaise *Solair* repose sur le réseau de distribution, le colportage d'IPL, l'abondance de motels et sur son prix de vente modique. Ces facteurs ont permis à l'objet d'être introduit massivement au Canada ainsi que sur la cote Est des États-Unis. Toutefois, l'arrivée des chaises en résine de synthèse sur le marché participera à son déclin vers la fin des années 1980. On constate la présence de la version originale de la chaise *Solair* au cours des années 1990 dans l'iconographie recensée, ce qui laisse croire qu'elle reste présente dans les paysages du Québec et de l'est des États-Unis de 1990 à 2007 malgré son déclin. En ce sens, Mathieu utilise le terme « populaire » en lui donnant le sens « [d'] une idée de non-académisme, faisant valoir une transmission de nature familiale, locale et régionale » (Mathieu, Jocelyne, 2001, p. 41). Lors de sa première vie (1972-2007), la chaise *Solair* s'établit ainsi dans la lignée des objets populaires des suites de son succès commercial.

Dans un deuxième temps, la première partie détaille les circonstances de la renaissance de la chaise *Solair*. En 2007, l'exposition *Québec en design* remet la chaise *Solair* sous les feux de la rampe en la présentant dans un corpus d'objet de design québécois. *Québec en design*, l'entreprise IEL, les médias ainsi que les experts se prononce sur le sujet et impulsent sa nomination en tant qu'icone de design québécois. Ce climat de consécration a favorisé la pénétration de la chaise *Solair* dans la sphère des objets savants. L'objet savant, toujours selon Jocelyne Mathieu, est celui qui a été étudié par une institution soit par des études de terrain ou en s'inspirant « des contextes artistiques ou médiatiques » en plus d'avoir été mis en valeur d'une certaine façon (Mathieu, Jocelyne, 2001, p. 40). Aux circonstances d'exposition et de médiation s'ajoute le présent mémoire qui place une fois de plus l'objet dans la sphère savante dans un contexte de second cycle universitaire.

Les tissus que forment les objets populaires et les objets savants pourraient respectivement se nommer, comme le suggère Mathieu (2001), la culture populaire et la culture savante. Les deux agissent comme des vases communicants, car « les objets [sont] perçus différemment par ceux qui les confectionnent, par ceux qui les possèdent, par ceux qui les utilisent et ceux qui les étudient » (Mathieu, Jocelyne, 2001, p. 40). On

pourrait même ajouter, dans le cas de la chaise *Solair*, que la situation géographique influence cette perception : un Australien qui ne connaît rien au Québec peut-il percevoir la chaise *Solair* comme un *boomer* québécois? Paul Bourassa a vu en cette chaise un potentiel de réinterprétation selon une logique de la trouvaille (Davallon, 2002). Il l'a intégrée dans un corpus, celui des objets de design québécois, qui la rejetait à priori. Sans son intervention, cet objet aurait-il connu les heures de gloire qui font sa renommée aujourd'hui? Ce passage dans la culture savante a causé en partie sa réédition et, du même coup, l'a réinjectée dans la culture populaire. Il en résulte que la *Solair* se retrouve dans deux sphères : celui de l'objet singulier et de l'objet commun.

5.2 Synthèse de la commercialisation

Selon Bernard Blandin, la notion de marchandise fait partie de la dimension sociale des objets. La valeur d'échange est associée à un « geste de transaction, d'échange, de don » (Blandin 2002 : 253). La réédition de la chaise *Solair* vient concurrencer le marché d'occasion qui existe pour offrir les originaux. « Une certaine connaissance issue d'expériences antérieures est requise pour que nous associions une valeur à l'objet » (Blandin 2002 : 253). En d'autres termes, la perception de l'objet est influencée par la valeur économique que les consommateurs attribuent à l'objet et par la connaissance qu'ils en ont. Selon Alain Benoist, ce renchérissement de valeur peut aussi être provoqué par des gens en autorité.

« Il suffit en effet que le créateur soit positionné dans le champ culturel pour que l'objet acquière une valeur (cette fois au sens qualitatif) artistique. La signature est le moyen le plus simple d'assurer cette liaison entre l'objet et son fabricant » (Benoist, 2002, p. 101).

Pendant sa deuxième vie, la chaise *Solair* est entre autres, vendue dans des boutiques spécialisées. Sa commercialisation est dominée par la forte présence du nom de ses créateurs. Ce n'était pas le cas au cours de sa première vie pendant laquelle les distributeurs se servaient surtout de ses qualités matérielles pour orienter sa mise en marché. De plus, le type de marché influence la valeur pécuniaire; par exemple lorsqu'on vend la chaise *Solair* dans les boutiques spécialisées. Cet écart démontre qu'une des différences entre l'objet commun et l'objet singulier est corolaire à

l'importance que l'on accorde au créateur ou au fabricant.

« Étant donné que l'œuvre d'art n'existe qu'en tant qu'objet symbolique doté de valeur que si elle est connue et reconnue [...] la science des œuvres a pour objet non seulement la production matérielle de l'œuvre, mais aussi la production de la valeur de l'œuvre ou, ce qui revient au même, de la croyance dans la valeur de l'œuvre » (Bourdieu, 1992, p. 318).

Ceux qui sont en mesure de connaître et de reconnaître cette valeur sont « dotés de la disposition et de la compétence esthétique » (Bourdieu, 1992, p. 318). Dans le cas de la chaise *Solair*, il a été constaté que ceux qui ont disposé de telles aptitudes sont Paul Bourassa et les experts du milieu qui ont, faut-il le répéter, consacré la chaise *Solair* au titre d'icone du design. L'adoption de cette appellation se cristallise au fil des itérations dans les médias, comme il a été constaté dans la première partie. Avant son exposition, la chaise était anonyme et de cet état ordinaire, elle est passée à un statut d'objet signé, d'objet d'auteur. Elle s'ancre ensuite dans les mises en marché de boutiques spécialisées où elle se retrouve sur un piédestal comme un objet unique et précieux.

Cette reconnaissance de sa valeur artistique et pécuniaire a été légitimée par l'entrée au musée de la chaise *Solair*. L'importance de la signature, des designers ou de l'entreprise, a supplanté l'objet lui-même, qui ne compte plus. Ce qui a de la valeur c'est ce que nous avons décidé qu'il représente à nos yeux. Par exemple, voir la chaise chez Léo Victor et voir la chaise chez Rona ne crée pas le même horizon d'attente. Plus le distributeur est près de la consommation de masse, comme les quincailleries ou le magasin La Baie, plus le coût reste bas. Si le distributeur se rapproche de la vente d'objet singulier, comme InAbstracto et Vancouver Special, le prix de vente de la chaise *Solair* est accru (Figure 58). Ce prix est probablement justifié par la distance entre le lieu de production et le lieu de vente. Celle-ci fait varier les coûts d'expédition, les frais de dédouanage, et si on ajoute à cela la marge de profit des détaillants, le prix se justifie largement. Toutefois, nous avons remarqué que la stratégie de vente est axée sur l'éloge de sa valeur historique et artistique.

Figure 58. Prix de vente de la chaise Solair en 2014

Source : Valérie Wagner

Prix de vente de la chaise Solair en 2014						
Nom de la boutique	Type	Ville	Province/État	Pays	Prix	Dev
La Baie	Grande surface			Canada	99,99	\$ CAD
Leo Victor	Spécialisé	Montréal	Québec	Canada	97,00	\$ CAD
La boîte à Clou	Quincaillerie	Montréal	Québec	Canada	99,00	\$ CAD
Rona	Quincaillerie	Montréal	Québec	Canada	99,99	\$ CAD
InAbstracto	Spécialisé	Toronto	Ontario	Canada	140,00	\$ CAD
Vancouver Special	Spécialisé	Vancouver	Colombie-Britannique	Canada	135,00	\$ CAD
Abode	Spécialisé	Brooklyn	New York	Etats-Unis	180,16	\$ CAD*
Stardust	Spécialisé	Sonoma	Californie	Etats-Unis	348,68	\$ CAD*
Armory y Locura	Spécialisé	Melbourne	Victoria	Australie	235,59	\$ CAD**

* Devise originale en USD convertie au taux de décembre 2014 (1,16)

** Devise originale en AUD convertie au taux de décembre 2014 (0,94)

L'image qui annonce la chaise *Solair*, sur les sites des boutiques, la présente le plus souvent sans décor, sur un fond gris ou blanc. Ce détournage de la chaise, les textes de description et les nouvelles couleurs disponibles contribuent à la réinterprétation de sa marque historique. À l'extérieur du Canada et de l'est des États-Unis, rares sont les références à son usage dans les motels bon marché, ainsi qu'aux détails de son origine dans les textes qui la décrivent. Une amnésie contrôlée laisse paraître le côté sophistiqué de la chaise *Solair* lorsqu'on la présente chez Amory y Locura, par exemple. On voit que la commercialisation participe à la construction sémantique de la chaise *Solair*.

5.3 Synthèse sémantique

Trois contextes communicatifs ont été établis au chapitre 3. Le premier, démontre la chaise *Solair* revêtue de son usage originel, celui qui lui a valu l'appellation de chaise de motel. Ce même contexte démontre aussi l'empreinte culturelle de la chaise au Québec. Cet usage premier de la chaise *Solair* est toujours bien présent dans les représentations imaginaire comme élément de décor et il faut bien l'admettre, lui octroie une valeur symbolique d'un temps, d'un mode de vie et de lieux précis. Le deuxième a permis de constater qu'il existe des représentations de la chaise *Solair* diffusées dans un contexte où il est presque qu'impossible de nier son sens premier. Ce sens second induit un clin d'œil au premier, une métonymie au sens barthien. « L'objet

est toujours là au sens naturel, mais soutient une de ces qualités qui devient signe » (Barthes, 1991, p. 256). Le sens second transmet un message à une communauté de récepteurs qui ne peut l'abstraire de son contexte original au profit de l'image d'un objet singulier. Le troisième contexte communicatif regroupe les représentations qui font totalement abstraction du sens premier. Au départ, « l'objet possède une fonction originaire instrumentale et ne suscite aucun appel à interprétation » (Benoist, 2002, p. 101). Il est ce qu'il est. « Mais sa position dans un cadre et le positionnement du producteur en créateur », autant pour les designers que pour l'entreprise qui la produit aujourd'hui, « assurent une entrée esthétique qui rend nécessaire une nouvelle interprétation de l'objet » (Benoist, 2002, pp. 101-102). Le sens troisième est présent à l'extérieur de la culture qu'il l'a vue naître et nie complètement ses origines. Ce dernier contribue à la soustraction du sens premier. Viviana Fridman et Michèle Ollivier, sociologues, donnent des pistes de réflexion sur ce phénomène. Sans parler de la signification proprement dite, elles affirment que

[P]lus la distance entre l'objet consommé et le lieu de consommation est grande, plus l'objet est investi d'un pouvoir mythique. Dans le domaine culturel, s'opère ainsi une certaine sacralisation du local, mais d'un local lointain ou passé, défini comme authentique, par opposition au local proche et contemporain souvent perçu comme banal, ringard ou kitsch (Fridman et Ollivier, 2004).

Les auteures paraphrasent ainsi Mary W. Helms, anthropologue, qui postule que la distance géographique a une influence marquée sur la connotation des récits ou des objets de marchandises (Helms, 1988). Les travaux de ces chercheurs expliquent en partie la disparité entre le premier et le troisième contexte communicatif. Les contextes communicatifs sont représentés dans la figure 40, un diagramme inspiré du mémoire d'Ève-line Simard (Simard, E.-I., 2009) (Figure 59 ; Figure 60). Sa recherche tente d'identifier les dimensions identitaires de la pratique du design au Québec et le diagramme illustre les types de marché des produits de design. Le contexte premier, plus près de l'objet populaire, est représenté par le plus grand cercle et le troisième contexte plus près de l'objet *glamour* par le plus petit cercle. Entre les deux, le cercle moyen représente le deuxième contexte : celui où les deux autres se superposent. La dimension du cercle est proportionnelle au nombre de représentations, nombreuses dans

le premier contexte et rares dans le troisième. On peut aussi extraire de ce diagramme les liens qui existent entre les contextes, le troisième étant complètement détaché du premier, alors que le deuxième est intimement lié aux deux autres. Ce diagramme reflète le chevauchement sémantique qui s'opère aujourd'hui par les représentations culturelles. Le sens de l'objet varie selon les contextes.

Figure 59. Catégorisation des marchés de produits de design

Source: Simard, 2009 : 75

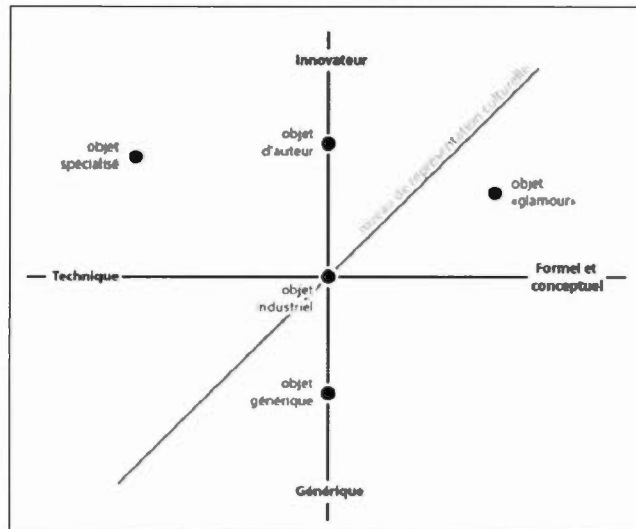
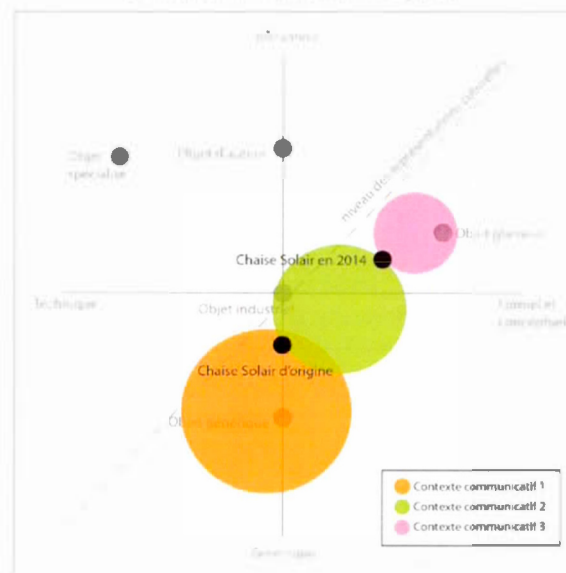


Figure 60. Les contextes communicatifs sur le diagramme d'Eve-lyne Simard

Auteur : Valérie Wagner



5.4 La chaise *Solair* un icône de design?

Dans le présent mémoire, le terme « icône de design » a été répété à plusieurs reprises pour qualifier la chaise *Solair*. Cette section vise à interroger cette nomination. Dans l'article *Learning from St. Louis. The Arch, the canon, and Bourdieu*, Helen Lipstadt fait la démonstration que le terme *icône* n'est pas synonyme de canon. Elle voit plutôt une reconnaissance publique dans la notion d'icône. Alors qu'un canon désigne une référence pour une profession et établit des normes et des règles à suivre, un icône est signifiant pour une communauté qui n'a pas nécessairement de formation dans le domaine duquel il est issu. Toujours selon Lipstadt, un canon est fabriqué intentionnellement tandis que personne n'a un réel contrôle sur la production d'un icône : « Remembering Halbertal, we can conclude that if the formative canon is a "cultural asset" for a "society of profession," then the icon is a cultural asset for which no formation is required » (Lipstadt, 2001). Lipstadt affirme aussi que « we can agree that iconic buildings are charistically common and ordinary and that canonic building are unique and rare » (Lipstadt, 2001, p. 11). Il a été constaté plus tôt que la chaise n'est pas un archétype pour la profession du design, alors qu'elle est un véritable succès populaire. On se rappelle que rien ne distingue la chaise *Solair* de façon marquée tant sur le plan de sa production que sur le plan de sa forme ou de sa typologie; elle n'a été créée que pour améliorer la chaise Tournesol en imitant une chaise panier en osier offerte à l'époque. Ces produits se retrouvaient sur le marché bien avant la création de la *Solair* et constituent de toute évidence des précédents. La chaise *Solair* n'est pas un archétype du design québécois ni une innovation en terme de design industriel. Elle n'établit pas de normes ou de règles à suivre pour les designers.

Bien que certains experts aient employé le vocable d'« icône de design » pour parler de la chaise *Solair*, cette appellation laisse perplexe en terme d'exemple pour la profession. Mis à part le succès commercial, qui est plutôt dans ce cas du ressort de l'entreprise plutôt que des designers eux-mêmes, la chaise *Solair* ne repousse aucune limite technique ou formelle. Pour que l'expression « icône de design » ait un sens, il faut la comprendre au sens culturel et non au sens canonique, ou exemplaire. Ne repoussant aucune limite technique ou formelle, sa place dans les emblèmes du design québécois est questionnable. Dans les représentations du premier contexte

communicatif, l'utilisation de la *Solair* a un sens populaire et met en scène la chaise dans des endroits communs, accessibles à tous qui représentent l'époque des années 1970 et 1980. Lorsque l'histoire d'origine et la « nouvelle » histoire se rencontrent, des situations ironiques émergent comme le manifestent les représentations du deuxième contexte communicatif. C'est la relecture de Paul Bourassa, qui a fait basculer l'objet de la culture populaire à la culture savante. Cet effet de pivot a amené quelques experts de la profession, les institutions muséales et les médias à l'élever au rang des icônes de design. L'intégration dans une collection muséale suscite un changement au niveau statut d'objet singulier et les représentations du troisième contexte communicatif le confirment.

À la lumière de ces observations, le terme « icône de design » repris par les fabricants est nom qui sert de qualificatif pour leur marketing. Le design fait vendre les objets en leur ajoutant une valeur d'estime. En plus des fabricants, des distributeurs ont joué un rôle crucial dans l'acceptation de cette étiquette par les journalistes et le public en l'exposant dans les foires commerciales dédiées au design. Comme il a été relevé, il ne s'agit pas d'un objet phare pour la profession du design. Toutefois, la chaise *Solair* est vraisemblablement un objet important pour la culture matérielle du Québec en raison de son succès commercial et de la vaste étendue des représentations qu'on retrouve aujourd'hui. Certaines servent souvent à évoquer une époque passée ou alors une quelconque période de l'histoire du design. Cet objet remémore à une certaine communauté un mode de vie, des loisirs ou une industrie appartenant à une époque révolue. Au Québec, le terme *marqueur culturel* pour parler de la chaise *Solair* serait-il plus approprié? Dans cette optique, la *Solair* aurait tout à fait sa place au musée de la civilisation.

Finalement, le chapitre synthèse a permis de rendre compte des acquis des différents chapitres et de raffiner la qualification la chaise *Solair*. Bien que l'annihilation partielle du sens premier de la chaise *Solair* s'effectue à l'heure actuelle par la diffusion d'une image de produit décontextualisée, léchée et aseptisée, sa valeur historique reste grandement présente dans les représentations au sein de la culture à laquelle elle appartient.

CONCLUSION

« Mythology probably the most important and unconsciously embracing governing structure in a ecology of artifact. A culture can hardly be conceived without myths, and its vitality derives directly from them. » (Krippendorff, 1989, p. 183)

La biographie de la chaise *Solair*, de sa vie factuelle et de sa vie en images, a permis de mieux comprendre la transformation statutaire et symbolique qu'elle a subie à travers le temps. En effet, il a été noté que plusieurs événements en cascade, notamment celui d'être intronisé au musée, ont élevé cet objet populaire au statut d'objet singulier. Deux éléments clés ont participé au succès de l'objet sur le marché populaire : le grand réseau de distribution de l'entreprise manufacturière et la niche commerciale que les motels constituaient à l'époque. Une conjoncture d'événements a mené Paul Bourassa à trouver la chaise *Solair* sur le site internet de *Canadian Design Resource*. La réédition de la chaise *Solair*, son lancement à Toronto, sa présence au SIDIM, au Dwell on Design et les autres événements qui surviennent ensuite n'aurait pas eu lieu sans l'exposition *Québec en design*.

On peut affirmer que cette exposition a donné un coup de pouce à la réédition de la chaise *Solair* en la légitimant de manière savante. Guy Julier nous offre un autre cas d'exemple en ce sens. Au cours des années 1990, le Design Museum de Londres présente la lampe Flexo et la décrit comme un exemple de mobilier vernaculaire espagnol. L'institution fait coïncider cette exposition avec une saison d'événements

ibériques. Cinq ans plus tard le détaillant Habitat vendait la lampe avec l'étiquette mentionnant qu'en plus d'être un classique du design hispanique, la lampe était de l'exposition permanente du Design Museum de Londres.¹⁹ La chaise *Solair* n'est pas le seul cas d'exemple, mais il n'en reste pas moins intéressant de l'interroger pour faire état des valeurs qu'on lui octroie.

La chaise *Solair* est maintes fois nommée comme icône de design par les collectionneurs, les spécialistes et ceux ayant des compétences esthétiques. Nous avons démontré qu'ils ont ainsi reconnu en elle une valeur d'usage symbolique plutôt qu'un objet doté de qualités exceptionnelles intrinsèques. Cet état de fait suggère que le statut que porte cet objet n'est pas immuable, il peut à la fois être singulier pour les uns et communs pour les autres.

Par cette étude de cas, il a été possible de constater l'influence des représentations sur la construction sociale de la valeur symbolique de la chaise *Solair*. De plus, le rôle du musée ou du moins de la diffusion suivant l'exposition alliée à la réédition ont été des acteurs majeurs dans la mise en place de la polysémie qui a été défini dans la deuxième partie du mémoire. Les représentations de la chaise *Solair*, influencées par le contexte communicatif, ont un impact sur la perception qu'on en a et sur l'horizon d'attente qu'elle crée, ce qui voile partiellement le sens premier de l'objet.

Il a aussi été établi que la chaise *Solair* est un marqueur culturel et non une icône au sens d'un cas d'exemple pour la profession du design. Cependant, la chaise *Solair* peut être une fière représentante d'un pan de la culture de la profession de designer industriel. Les liens étroits qui se tissent entre les designers et l'industrie sont souvent

19 In 1990, London's design museum exhibited a Flexo Lamp as an example of vernacular spanish design to coincide with a season of iberian events. By 1995, the retailers Habitat were selling the lamp, telling the consumer via label stuck on its base that it was a "a classic of Spanish design" and that there was on permanent display at the Design Museum in London. Guy Julier, *The culture of design*, (Thousand Oaks, Calif. : Sage, 2000), 79.

voilés de manière complète ou partielle par une histoire axée sur les créateurs vedettes. Plus les pratiques collaboratives répétées entre les designers, les entreprises et les institutions de diffusion seront révélées, plus elles feront l'objet d'études.

Ce mémoire n'est certainement pas une finalité, c'est une première tentative de biographie d'un des objets de design québécois. Il faudrait reprendre de nombreux exemples avant de définir ce qui caractérise la culture matérielle reliée au design au Québec et surtout la manière de la diffuser. Comme Stuart Hall l'affirme, « however, if meaning changes, historically, and is never finally fixed, then it follows that 'taking the meaning' must involve an active process of interpretation » (Hall, 1997, p. 17). Reproduire cette dans quelques années gagnerait donc en pertinence afin de constater si le statut et les valeurs associées à la chaise *Solair* ont continué de muter.

ANNEXE A - GRANDE PLAINE IV, ALEXANDRE BOURBAKI

Citations où l'on retrouve le mot chaise *Solair* dans Grande Plaine IV d'Alexandre Bourbaki. Les mots en gras soulignent le champ lexical relevé par l'auteure de ce mémoire.

Page 16 « Depuis le pas de ma porte, je contemple ce nouveau monde qui est le mien : un **stationnement partiellement asphalté**, quelques **murs décrépis** et les étages supérieurs des maisons voisines. Les chambres et la réception forment un L. **Devant les onze chambres, autant de chaises Solair de couleurs différentes, dont l'agencement subtil ne doit pas être l'œuvre du hasard**. Un mince trottoir court le long du **passage obscur** qui permet de communiquer avec le reste de la ville. On le franchit comme **un rite initiatique** dont on ressort autre, en pleine lumière. J'exagère un peu, bien sûr. »

Page 20 « Argentine a passé une partie de la nuit sur le pas de ma porte. Elle n'a pas voulu entrer dans ma chambre. Je l'ai entendue remuer un bon moment, **bousculant la chaise Solair**, cherchant la position la plus confortable sur la **vieille couverture** placée là par une main prévenante, le Capitaine sans doute. Elle a grogné à quelques reprises, flairant des bestioles réelles ou des périls imaginaires. Au matin, elle était partie »

Pages 22 et 23 « **L'usine qui fabrique les chaises Solair** est établie à Mailloux. Ça, c'est le genre de hasard qui me **remonte le moral**. La **chaise Solair est un objet mythique de mon enfance** qui me **rappelle** en vrac des dizaines d'endroits, mais surtout le Lac-à-la-Loutre où nous allions jadis rendre visite à mon oncle George. Il y avait trois chalets sur le site, un petit, un moyen et un gros. Comme dans les contes. Comme les bols des trois ours. Entre autres infrastructures, on y trouvait une **piste cimentée pour jouer à une espèce de curling d'été**. Une **dizaine de chaises Solair** étaient distribuées **le long de cette piste**. Les unes **flambant neuves**, les autres

crevées et dans lesquelles on pouvait enfoncer un pied ou une main. Le **plastique acéré** arrachait les fonds de culottes et mordait sauvagement les mains imprudentes. Ces **chaises Solair**, il y en a un exemplaire en face de chaque chambre de chaque motel québécois resté un **tant soit peu québécois**; à plus forte raison ici, à Mailloux. Il faut absolument que je visite cette usine. Je n'ai jamais visité d'usines, à part pendant mes cours d'économie, au cégep, il y a une éternité. Au besoin, je leur sortirai le couplet de l'auteur qui se documente pour son prochain roman. Je me ferai passer pour Dan Brown, ça devrait m'ouvrir toutes les portes. »

Page 28 « Il pleut, encore et toujours. Je dois remettre à plus tard la ballade dans la nature (j'avais été intrigué par un dépliant proposant une grande randonnée pseudo-historique "sur la piste des bûcherons", y compris quelques pas sur les contreforts du "pittoresque Mont du trappeur"). J'ai lu toute la matinée et j'ai terminé les deux seuls livres que j'avais emportés, Le portrait de Dorian Gray et Fight Club de Chuck Palahniuk. En fouillant dans la table de chevet, je trouve, outre **l'incontournable exemplaire de la Bible**, courtoisie de bons chrétiens zélés, un **carton d'allumettes multicolores** ("Édition spéciale Molinari 2004"), quatre trombones et le premier numéro de la série "Construisez votre **Spoutnik**" des Éditions Atlas. Tout au fond, une enveloppe décachetée contenant deux magnifiques billes avec des filets multicolores. Comme les **chaises Solair**, les billes sont des **objets mythiques qui me ramènent directement en enfance**. Je les glisse dans ma poche. Je **m'assois sur une des chaises Solair**. Je prends le cahier de Petit sur lequel est écrit le chiffre 23. Je l'ouvre à la première page et je suis immédiatement soulagé : l'écriture, le style, sont manifestement ceux d'un étranger : "Le temps est bon. Une pluie fine et pénétrante jette un voile sur le village où je passe ma vie à perdre mes idées..." »

Page 34 « Après le dîner, je décide de **visiter l'usine Solair**. Ma voiture n'est plus dans le stationnement. Pas de panique : il n'y a pas de voleurs à Mailloux. Je passe voir le Capitaine à la réception. Comme le voisin me l'avait laissé entendre, il a entrepris de refaire ma peinture. Ça sera prêt demain, dit-il. Et pour le paiement, on s'arrangera. »

Page 35 « Je me présente, avec mon plus bel accent anglais : "Bonjour, mon nom est Dan Brown, je suis un nouvelliste à succès en tournée de documentaire. Vos **chaises** sont fantastiques en effet, **célèbres jusque dedans**

Exeter, New Hampshire. J'en ai moi-même quelques-uns chez moi. Est-ce vous pensez je peux visiter votre usine ?" Le gardien est inflexible : "Désolé M. Brown, pas de visite sans invitation. Laissez-moi vos coordonnées, le directeur vous rappellera". Je fouille dans mon portefeuille et je lui laisse la carte de mon comptable en lui faisant un clin d'œil : "Ce n'est pas mon réel nom. Je suis très fameux vous savez, alors ça garde les indiscretions loin" »

Page 39 « Petit se pointe le lendemain à huit heures tapantes. Il n'a pas osé cogner. Il a préféré m'attendre, **les reins calés dans ma chaise Solair** à compter les mouches sur le **mur pelé**. Ma voiture est à nouveau à sa place dans le stationnement. La nouvelle peinture a fait disparaître toute trace de l'estafilade. La couleur de l'aile gauche me semble la même que sur le reste de la voiture, mais avec mon daltonisme, je ne peux pas en être sûr. »

Page 112 « Devant l'entrée du motel, un petit groupe s'affaire autour d'une série de longues caisses qu'ils déchargent d'un camion. Le matériel doit être particulièrement important, car un des hommes contrôle l'identité des passants. Je crains d'être refoulé, mais un des hommes me reconnaît et me fait un signe de la main. C'est **le gardien de l'usine Solair**.— Vous pouvez passer, M. Brown. Je suis passé tous les jours devant la réception, mais c'est la première fois que je remarque la petite plaque vissée sur la porte : "M. Émile Archibald, Gérant". Je **m'assois dans ma chaise Solair** et je penche la tête vers l'arrière, pour contempler la Voie lactée qui coupe le ciel en deux. La cour du motel est plongée dans le **noir absolu**, mais on entend une vague rumeur grondante : **bruits de moteur, caisses que l'on décharge et que l'on traîne, pièces métalliques qui s'entrechoquent**. Dans ma chambre, le téléphone sonne. Je laisse le répondeur prendre l'appel à ma place : "M. Bourbaki, il faut que je vous parle". C'est une voix de femme que je ne connais pas. »

Page 113 « À ce moment, un trou noir avale la moitié de la galaxie. Un homme se penche pour voir si je dors. C'est l'homme qui, hier, semblait si malheureux de nous demander de partir.— M. Bourbaki ? **Il ne faut pas dormir sur une chaise Solair**. C'est mauvais pour le dos. »

Page 140 « Béatrice n'est pas non plus à son poste de guet. Je fais une longue tournée dans les rues de la ville, au cas où je tomberais dessus par hasard. En vain. Je rentre au **motel** et je laisse un message sur son

répondeur. Le Capitaine vient me suggérer de déplacer ma voiture vers la périphérie de la ville, le centre risquant d'être complètement paralysé pendant quelques jours. L'usine des chaises Solair a ouvert son stationnement ainsi que l'ensemble de sa cour de triage à tous les Mailloutais. À tout moment, des convois de machineries lourdes quittent le garage municipal ou les rues où elles sont stationnées. Sans parler du **martellement constant du dynamitage et du grondement des hélicoptères** qui passent crânement au-dessus de la ville, déclenchant chaque fois un tonnerre de huées et de hurlements. »

Page 145 « Les Mailloutais nous arrêtent pour saluer Béatrice surtout et lui exprimer leur sympathie. Elle ne répond plus, elle serre les mains qu'on lui tend, remercie d'un signe de tête. Elle recommence à pleurer sans bruit. Quand nous parvenons finalement à nous extirper de la cohue, elle a les jambes en compote. **Je la force à s'asseoir dans l'herbe et je fais l'aller-retour deux fois jusqu'à l'usine Solair pour ranger nos bagages dans le coffre.** Ensuite, je dois presque la porter jusqu'à la voiture où elle s'endort tout de suite. Presque deux heures pour parcourir un trajet qui se fait normalement en quinze minutes. »

ANNEXE B - CHRONOLOGIE DES ÉVÉNEMENTS-CLÉS

Figure 61. Chronologie des événements de la vie de la chaise Solair

Source : Valérie Wagner

Année	Support	Lieu	Événement ou représentation
1972			Création de la chaise Solair
1975			Début de la popularité de la chaise Solair
1988			Fin de la popularité de la chaise Solair
1990			La production des coquilles est cédée à IEI
1993	Film		Ruby in Paradise
2006	Livre	Québec	Motel Univers
2007	Exposition	Montréal	Québec en design
2008	Exposition	Bruxelles	Québec en design
2008	Serie Télé	Québec	Les Lavigieurs, la vraie histoire
2008	Livre	Québec	Grande Plaine IV
2009	Exposition	Québec	Québec en design
2009	Exposition	Québec	SIDIM Kiosque Etats de siège
2009	Lancement	Ontario	Lancement de la chaise Solair au Gladstone Hotel, Queen and Dufferin
2010	Exposition	Québec	SIDIM Kiosque Léo Victor
2010	Exposition	New York	From Quebec in New York
2010		Floride	Rénovation du motel Frenchy's Oasis
2010	Exposition	Californie	Dwell on Design
2011	Lancement	Québec	Lancement du film Frisson des Collines
2012		Québec	Salon de coiffure Boy'e
2012	Magazine		Maison de Jonathan Adler dans Architectural Digest
2013	Album	Québec	Promo et pochette d'album de Louis-Pilippe Gingras
2014	Serie Télé	Ontario	Orphan Black
2014	Videoclip	Québec	Labyrinthe de Violet PI
2014	Exposition	Bellechasse	La chaise de Bellechasse

BIBLIOGRAPHIE

ADIQ. (2015). Récupéré le 20 avril 2014 de www.adiq.com/historique

Adler, J. (2014) *Decor and outdoor*. Récupéré le 15 mai 2014 de <http://www.jonathanadler.com/d%C3%A9cor/outdoor>

Appadurai, A. (1986). *The Social life of things : commodities in cultural perspective*.
Cambridge Cambridgeshire ;

New York : Cambridge University Press.

Arsenault, R. et Lacroix, L. (2011). *Les commerces kitsch exotiques au Québec reconnaissance et sauvegarde d'un nouveau patrimoine Mémoire de maîtrise en études des arts M12174* (p. xiii, 180 f). Montréal : Université du Québec à Montréal,. Disponible par Archipel <http://www.archipel.uqam.ca/4403/>

Auteur inconnu. (1893). Decorative Notes. *The Decorator and Furnisher*, 23(2), 46.
doi: 10.2307/25582562 Récupéré de <http://www.jstor.org.proxy.bibliotheques.uqam.ca:2048/stable/25582562>

Auteur inconnu. (2009) *Classic Comeback – A Canadian Design Rediscovered Summer Re-launch, June 17th*. Récupéré le 23 mai 2013 de <http://www.akimbo.ca/15754>

Auteur inconnu. (2011) *La sedia senza tempo ; Sedie originali per il giardino, il terrazzo o la piscina. sur la casa giusta. .* Récupéré le 26 mars 2013 de <http://arredamentoxarredare.lacasagiusta.it/sedie-originali-per-il-giardino-il-terrazzo-o-la-piscina/11842/>

Banque du Canada. (2014) *Feuille de calcul de l'inflation*. Récupéré le 17 juin 2014 de <http://www.banqueducanada.ca/taux/renseignements-complementaires/feuille-de-calcul-de-linflation/>

Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Paris : Éditions du Seuil.

Barthes, R. (1991). *L'aventure semiologique*. Paris : Éditions du Seuil.

Baudrillard, J. (1968). *Le systeme des objets*. Paris : Gallimard.

Bazzo, M.-F. & Bazzo, M.-F. (Director). (2008). *Mythologies contemporaines*. [Television]. In inc., L. P. B. B. (Producer). Dans *Bazzo.tv*. Montréal : Télé-Québec. Récupéré de <http://bazzotv.archives.telequebec.tv/rubrique.aspx?id=51&cursor=10>.

Bélangier, C. (2015). Commerces / Archives. Récupéré de http://www.christianbelangerdesign.com/FR_commerces_archives.html

Benoist, A. (2002). Le fonctionnement sémiotique des objets. *Semiotica*, 2002(139), 63-123.

Bibliothèque et Archives nationales du Québec. (1970 à 1973). *Simpson-Sears catalogue [microforme]* Dans Simpson-Sears (dir.), *Bobines no 42 à 46* (Preston, Ont. : Microfilming Services éd.).

Bibliothèque et Archives nationales du Québec. (Spring/Summer 1970 à 1976). *Eaton's catalogue [microforme]* Dans Co., T. E. (dir.), *Bobines no 19 à 24* (Ottawa : Canadian Library Association Microfilming Project éd.).

- Bilodeau, R. (2007, printemps). *Les Métivier : bâtisseurs d'église et d'entreprises québécoises*. Dans Bellechasse, B. d. l. S. h. d. (dir.). (Des grands Belchassois 2) (Vol. 19). : Société historique de Bellechasse.
- Bisson, M.-F. et Vanlaethem, F. (2008). *Vernaculaire moderne? vers une compréhension de la notion d'architecture vernaculaire et de ses liens avec la modernité architecturale* Mémoire de maîtrise en études des arts M10082. [Disponible en format PDF]. Montréal : Université du Québec à Montréal,. Disponible par Archipel <http://accesbib.uqam.ca/cgi-bin/bduqam/transit.pl?&noMan=25125772>
- Blandin, B. (2009). *Objet, savoir, apprentissage*. Dans Baillé, J. et Université Pierre Mendès France Grenoble 2. Laboratoire des sciences de l'éducation (dir.), *Du mot au concept. [3] Objet* (p. pp. 109-121). Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Bonnot, T. (2002). *La vie des objets : d'ustensiles banals à objets de collection*. [texte]. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Bonnot, T. (2004). Itinéraire biographique d'une bouteille de cidre. *L'Homme*, 2(170), 139 - 163 Récupéré de <http://www.cairn.info/revue-l-homme-2004-2-page-139.htm>
- Bonnot, T. (s.d.). Biographies d'objets. Récupéré de <http://www.dijon.fr/appext/mvb/tout-garder-tout-jeter-et-reinventer/Biographies%20d'objets.pdf>
- Bourbaki, A. (2008). *Grande plaine IV*. Québec : Alto.
- Bourdieu, P. (1992). *Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*. Paris : Éditions du Seuil.

Bourdieu, P. (2012). *La distinction : critique sociale du jugement*.

Bourdon, M.-C. (2007) *Le design au Québec : avant et après Expo 67*. Dans *Entrevues*.
Récupéré le 18 août 2014 de <http://www.uqam.ca/entrevues/2007/e2007-159.htm>

Campbell Contract. (2013) *Fabio Fabiano*. Récupéré le 26 mai de
www.campbellcontract.com/fabio-fabiano.php

CELAT. (2015) *À propos*. Récupéré le 18 janvier 2015 de
<http://www.celat.ulaval.ca/#apropos>

Centre de design. (2015) *Mission du centre*. Récupéré le mai 2013 de
<http://www.centrededesign.com/index.php/mission>

Charbonneau, D. (2010). Vitrine sur le design. Le design à la portée de tous au Lab
Design du Musée des beaux-arts *Ornamentum*, 10-15.

Choko, M.-H., Baril, G. et Bourassa, P. (2003). *Le design au Québec : industriel, graphique, de mode*. Montréal : Éditions de l'Homme.

Clark, L. (2015, 9 mars). [Information sur les chaises Solair].

Corrigan, P. (1997). *The sociology of consumption : an introduction*. London ;
Thousand Oaks : Sage.

Couture, F. et Allaire, S. (1993). *Les arts visuels au Québec dans les années soixante*.
Montréal : VLB éditeur.

Dagognet, F. (1989). *Eloge de l'objet pour une philosophie de la marchandise*. Paris : J. Vrin.

Davallon, J. (1986). *Claquemurer, pour ainsi dire, tout l'univers : la mise en exposition*. Paris : Centre Georges Pompidou u.a.

Davallon, J. (2002). Comment se fabrique le patrimoine? *Qu'est-ce que transmettre, Hors-Série*(36). Récupéré de http://www.scienceshumaines.com/articleprint2.php?lg=fr&id_article=12550

Délégation générale du Québec à New York. (2015, 2015) *From Québec in New York city*. Récupéré le mai 2013 de <http://from-quebec.com/>

Descamps, J.L. (1992). *Sémantique & concordances*. Paris : INaLF : [Diffusion], Klincksieck.

Desdouits, A.-M. et Turgeon, L. (1997). *Ethnologies francophones de l'Amérique et d'ailleurs*. Sainte-Foy, QC : Presses de l'Université Laval.

Design Montréal. (2015) *Christian Bélanger*. de http://mtlunescodesigners.com/fr/Christian_Belanger_Design

Desrosiers, A. (2009). *Les designers-producteurs au Québec*. Montréal : École de Design, Université du Québec à Montréal.

Desrosiers, A. (2011). *Les designers en entreprise de fabrication au Québec*. Montréal : École de design, Université du Québec à Montréal, Laboratoire design et proximité.

- Desvallées, A. et Mairesse, F. (2005). Brève histoire de la muséologie, des inscriptions au Musée virtuel. Dans Mariaux, P. A. (dir.), *L'objet de la muséologie* (p. 1-50) : L'atelier de Thesis.
- Desvallées, A. et Mairesse, F. (2010). *Concepts clés de muséologie*. [texte]. Paris : Armand Colin.
- Doonan, S. (2012). Celebrity style : True to form. *Architectural Digest*.
- Du Gay, P. (1997). *Doing cultural studies : the story of the Sony Walkman*. LondonWalton Hall, Milton Keynes : SAGE ; Open University.
- Duhamel-Noyer, O. et Olivier, D. (2006). *Motel univers : bienvenue au Québec*. Montréal : Hélio trope.
- Duncan, C. (1995). *Civilizing rituals : inside public art museums*. London; New York : Routledge.
- Dupont, J. (1997). L'étude de la culture matérielle. Dans Turgeon, L. et Desdouits, A.-M. (dir.), *Ethnologies francophones de l'Amérique et d'ailleurs* (p. p. 25-37). Sainte-Foy : Presses de l'Université Laval.
- Eco, U. (1992). *Les limites de l'interprétation*. [Paris] : Bernard Grasset.
- Elston, T.J. (1998). *Homogenous landscape : the American motel as a cultural indicator*. (Mémoire). Université du Nevada, Las Vegas. <http://www.whatif-designs.com/archfolio/thesis/thesis.pdf>. Maîtrise.

Fabiano, F. (2007, 3 octobre). [CV de Fabio N. Fabiano].

Fabiano, F. et Panzini, M.A. (1972). Dal Canada: per le vacanze. *Domus*, pp. 15-20.

Findeli, A. et Racine, M. (2003). Julien Hébert and the Emergence of Industrial Design in Canada. *Design Issues*, 19(4), 31-43. Récupéré de <http://www.jstor.org/stable/1512090>

Florida, R.L. et Stolarick, K. (2006). Creativity, connections and innovation: a study of linkages in the Montréal Region. *Environment and planning*, 38, 1799-1817.

for design. (2015) *SIDIM exhibition stand "État de siège"*. Récupéré le mai 2015 de <http://www.fordesignplanning.com/en/portfolio/sidim-r-kiosque-des-treize-chaises-apdiq>

Forty, A. (1986). *Objects of desire : Design and Society Since 1750*. (1st American éd.). New York : Pantheon Books.

Fridman, V. et Ollivier, M. (2004). Ouverture ostentatoire à la diversité et cosmopolisme. Dans Fridman, V. et Ollivier, M. (dir.), *Goûts, pratiques culturelles et inégalités sociales : branchés et exclus = Tastes, cultural practices and social inequalities : in fashion and out* (p. 105 - 126). Montreal : Presses de l'Université de Montréal.

Gagnon, A. & Pelgag, V. P. e. K. (Director). (2013). *Labyrinthite*. [vidéoclip] : L-ABE. Récupéré de <http://www.youtube.com/watch?v=zIHgOG24kFo>.

Garcin, J. (2007). *Nouvelles mythologies*. Paris : Éditions du Seuil.

Gauthier, R. (2009). Préhistoire de l'école de design industriel: l'influence induite de la commission Rioux et, indirectement de la HFG d'Ulm sur la genèse de l'école. Dans Camous, R., Courchesne, L., Gauthier, R., Lalande, P. et Roy, D. (dir.), *Tête, Coeur, Main : 40 ans de design industriel à l'Université de Montréal* (p. 93-102). Montréal : École de design industriel.

Gingras, L.-P. (2013). *Traverser l'parc*. [Montréal] : Simone Records : Distribution Select.

Godoy, E. (2012) *Transit Cases : Chairs from Mexico*. Récupéré le 1 mai 2015 de <http://www.emilianogodoy.com/projects/2012/07/19/transit-cases-chairs-from-mexico/>

Godoy, E., Acosta, J. et Fenton, R. (2007). *Transit Cases : Chairs from Mexico*. 27. Récupéré de www.transitcases.com.mx

Gouvernement du Québec. (2015) *Délégation générale du Québec à New York*, Récupéré le mai 2013 de <http://www.mrif.gouv.qc.ca/fr/ministere/representation-etranger/amerique-du-nord/new-york>

Hall, S. (1997). *Representation : cultural representations and signifying practices*. London ; Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications in association with the Open University.

Haroun, T. (2011, 8 janvier). 42 ans plus tard - Le rapport Rioux suscite toujours le débat. *Le Devoir*

Helms, M.W. (1988). *Ulysses' sail : an ethnographic odyssey of power, knowledge, and geographical distance*. Princeton, N.J. : Princeton University Press.

- Heskett, J. (2002). *Toothpicks and logos : design in everyday life*. Oxford : Oxford University Press.
- Hubert Van Blyenburgh, N. (2005). Le non-objet de la muséologie Dans Mariaux, P. A. (dir.), *L'objet de la muséologie* (p. 81 - 100).
- Hudon, S. (2009, 19 novembre). Le design ou la vie. Récupéré de voir.ca/voir-la-vie/art-de-vivre/2009/11/19/design-quebecois-le-design-ou-la-vie/
- Industries Émile Lachance. (2004) *Des débuts prometteurs*. Récupéré le 20 avril 2014 de http://www.iel-lachance.com/communiqués/IEL_Appalaches.pdf
- Innit Designs. (2015). Récupéré le 6 avril 2015 de <http://thesolairchair.com/>
- IPL inc. (2015) *Histoire*. Récupéré le 3 octobre 2013 de <http://www.ipl-plastics.com/IPL-History.aspx>
- Jarrassé, D. (2013). La qualification de l'objet. Leçon d'introduction au séminaire doctoral d'Histoire de l'art appliquée aux collections 2012-2013. *Cahiers de l'École du Louvre. , Recherches en histoire de l'art, histoire des civilisations, archéologie, anthropologie et muséologie* (2). Récupéré de <http://www.ecoledulouvre.fr/revue/numero2/Jarrasse.pdf>
- Julier, G. (2000). *The culture of design*. Thousand Oaks, Calif. : Sage.
- Julier, G. (2006). From Visual Culture to Design Culture. *Design Issues*, 22(1), 64-76. doi: 10.1162/074793606775247817

Julier, G. (2015) *What is Design Culture?* Récupéré le 27 avril 2013 de <http://www.designculture.info/main/descultintro.htm>)

Kollectif. (2015) *SIDIM 2009 – "Dévoilement des lauréats des Prix d'excellence et du premier Show de chaise"*. Récupéré le mai 2015 de <http://kollectif.net/sidim-2009-devoilement-des-laureats-des-prix-dexcellence-et-du-premier-show-de-chaise/>

Kopytoff, I. (1986). The cultural biography of things: commodization as process. Dans Appadurai, A. (dir.), *The Social life of things : commodities in cultural perspective* (p. xiv, 329 p.). Cambridge Cambridgeshire ;

New York : Cambridge University Press.

Krippendorff, K. (1989, Printemps 1989). On the Essential Context of Artifacts or on the Proposition That «Design Is Making Sense (Of Things)». *Design Issues*, 5, 9-39.

La Baie. (2012) *Coté Jardin*. Récupéré le 26 mars 2013 de <http://www2.thebay.com/patio2012/fr/categories/chairs.html>

Lamontagne, S. (2013). Solair : Le retour d'une chaise mythique. *Le progrès de Bellechasse, cahier Argent*. Récupéré de http://virtuel.leprogresdebellechasse.canoe.ca/doc/hebdo_le-progres-de-bellechasse/progres_bellechasse_2013_05_15/2013051401/1.html#4

Lamontagne, S. (2014). Un hommage senti aux batisseurs industriels de Bellechasse Etchemins. . *Courrier du Saguenay*(17 mars). Récupéré de <http://www.courrierdusaguenay.com/Actualites/Economie/2014-03-17/article-3652682/Un-hommage-senti-aux-batisseurs-industriels-de-Bellechasse-Etchemins/1>

Lapointe, C. (2011, 9 mai 2015). Déco Vintage : 15 article à avoir chez soi. *Coup de Pouce*. Récupéré de <http://www.coupdepouce.com/guide-maison/decoration/deco-vintage-15-articles-a-avoir-chez-soi/a/35482>

Larousse, L. (2015). *Le Larousse*. Récupéré de <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/vernaculaire/81591#8x24D9hY2uTcz733>.

Lavigne, L. (2007). La chaise Solair, icône du design québécois *La Presse*. Récupéré de <http://maison.lapresse.ca/decoration/design/200711/12/01-871143-la-chaise-solair-icone-du-design-quebecois.php>

Lavigne, L. (2009, 23 mai). Sur le Vif!

Lavigne, L. (2010, 31 mai). L'après party. *La Presse*. Récupéré de <http://blogues.lapresse.ca/montoit/archiblogue/2010/05/31/lapres-party/>

Le Larousse. (2015). Récupéré de <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/symbole/76051?q=symbole#75179>

Le Musée virtuel de Bellechasse. (2014) *La chaise de Bellechasse*. Récupéré le 3 mars 2014 de <http://museedebellechasse.com/chaise%20de%20Bellechasse.html>

Le peuple de Lévis. (2011, 7 avril) *Vidéo : Une frissonnante avant-première au cinéma Lido*. Récupéré le 11 mars 2013 de <http://www.lepeuplelevis.ca/2011/04/07/video-une-frissonnante-avant-premiere-au-cinema-lido>

Lépine, J. (1986). *Historique et étude du design industriel au Québec*. Université de Montréal, Montréal.

- Lincourt, M. (1968, mai). Prix Fontainebleau - Projet gagnant au concours de l'association du ciment de Portland. *Architecture, Bâtiment et Construction*.
- Linteau, P.-A. (2000). *Histoire de Montréal depuis la Confédération*. (2e éd. augm. éd.). Montréal : Boréal.
- Linteau, P.-A., Durocher, R., Robert, J.-C. et Ricard, F. (1989). *Histoire du Québec contemporaine : Tome II - Le Québec depuis 1930*. [et al]. (Nouv. éd. rév. éd.). Montréal : Boréal Express.
- Lipstadt, H. (2001). Learning from St. Louis. The Arch, the canon, and Bourdieu. *Harvard Design Magazine*(14), 4-15.
- Luc, D., Fillion, L.-J. et Fortin, P.-A. (2002). Guide d'essaimage d'entreprise : L'essaimage - voie de croissance. *Cahiers de la recherche de la Maclean Hunter Chair of Entrepreneurship*, 17, 69 p. Récupéré de http://expertise.hec.ca/chaire_entrepreneuriat/wp-content/uploads/2002-17essguide.pdf
- Luc, D., Savary, I., Fillion, L.J. et Chaire d'entrepreneuriat Rogers, J.A.B. (2003). Guide sur l'essaimage d'entreprises technologiques. /z-wcorg/. Récupéré de http://expertise.hec.ca/chaire_entrepreneuriat/wp-content/uploads/2003-01essguideessaimage.pdf
- Manson, G. et Fawcett, J. (2014). *Orphan black. Season two Season two*. In Temple Street, P., Bell, M., America, B. B. C., Ltd, B. B. C. W. et Warner Home, V. (Producer).
- Mathieu, J. (1987). L'objet et ses contextes. *Bulletin d'histoire de la culture matérielle*(26), 2-18.

- Mathieu, J. (2001). Découvrir, étudier et mettre en valeur la culture matérielle : dialectique entre cultures populaire et savante, l'exemple québécois au 20^e siècle. 2001. Récupéré de <http://journals.hil.unb.ca/index.php/MCR/article/view/17900/22067>
- Mendelsohn, M. (2013, 5 avril). A Short history of the Hot Seat. *The New York Time*. Récupéré de http://www.nytimes.com/interactive/2013/04/07/magazine/key-history-of-the-hot-seat.html?smid=fbshare&_r=0
- Métivier, J. (2014). *Questions sur la chaise Solair*. Dans Wagner, V. (dir.), *interview téléphonique*. Montréal.
- Miller, D. (2012). Things ain't what they used to be. Dans Pearce, S. (dir.), *Interpreting Objects and Collections* (p. 13 - 17) : Routledge.
- Mittal, A. (2008). Les aciers pour émaillage et l'acier émaillé : Guide d'utilisation. Récupéré de http://fce.arcelormittal.com/repository/fce/Brochures/Steelforenamelting_usermanual_FR.pdf
- Moles, A. (1969). Objet et communication. *Communications*, 13(1), 1-21. doi: 10.3406/comm.1969.1183
- Montréal, S.I.d.D.d. (2015) *Historique*. Récupéré le 2 mai 2013 de <http://www.sidim.com/informations-generales/histoire/>
- Morin, A. (2014) *Publicité des magasins Eaton pour la Collection IPL dans La Presse 1980*. Dans *Page Facebook*. de <https://www.facebook.com/pages/Andre-Morin/119399871432055?fref=ts>

Musée national des beaux-arts du Québec. (2007). *Communiqué de presse : Québec en Design*.

Musée national des beaux-arts du Québec., Bourassa, P., Choko, M.H., Arcand, B. et Université du Québec à Montréal. Centre de design. (2007). *Québec en design : 75 ans de créations issues de la collection du Musée national des beaux-arts du Québec = Quebec in design : 75 years of works from the collection of the Musée national des Beaux-Arts du Québec*. QuébecMontréal : Musée national des beaux-arts du Québec ;Centre de design de l'Université du Québec à Montréal.

Muther, C. (2011, 25 août). Motel Chic Makes a Comeback. *The Boston Globe*.
Récupéré de
http://www.boston.com/lifestyle/house/articles/2011/08/25/solair_chairs_a_70s_staple_on_the_east_coast_are_available_once_more/

Noppen, L.K.M.e.L. (2004, avril). Le bungalow québécois, monument vernaculaire : la naissance d'un nouveau type. *Cahiers de géographie du Québec*, 48, 7-32.

Nunez, V. et Gowan, S. (1993). *Ruby in paradise* (Judd, A., Field, T. et Mitchum, B., Trans.). Dans 1:42:36 (dir.). Los Angeles : Republic Pictures.

Nunez, V. et Gowan, S. (1994). *Ruby in paradise*. Judd, A., Field, T. et Mitchum, B. Los Angeles : Republic Pictures.

Pearce, S. (2012). Interpreting Objects and Collections. /z-wcorg/. Récupéré de
<http://www.myilibrary.com?id=402167>

Petroski, H. (1992). *The pencil : a history of design and circumstance*. New York : Knopf : Distributed by Random House.

Petroski, H. (1994). *The evolution of useful things*. New York : Vintage Books.

Pilote, S. (2013). *Le démantèlement*. : Corporation ACPAV Inc.

Pomian, K. (2003). *Des saintes reliques à l'art moderne : Venise-Chicago, XIIIe-XXe siècle*. Paris : Gallimard.

Pye, D.W. (1982). *The nature and aesthetics of design*. New York : Van Nostrand Reinhold.

Québec, M.N.d.B.-A.d. (2010). *Rapport Annuel 2009-2010*. Québec : Musée National des Beaux-Arts du Québec. Récupéré de <http://archives.enap.ca/bibliotheques/POQ/030031756/2009-2010.pdf>

Racine, M. (2007). *Le rôle de Julien Hébert (1917-1994) dans l'émergence du design au Québec*.

Ransiti, N.M. et Leslie, D. (2009). Fostering a culture of design : Insight from the case of Montréal Dans Pratt, A. e. P. J. (dir.), *Creativity and Innovation in Cultural Economy* (p. pp. 181-199). London : Routledge.

Rantisi, N.M. et Leslie, D. Branding the Design Metropole : The Case on Montréal, Canada. *Area*, 38(4), 364-376. Récupéré de <http://www.jstor.org/stable/20004561>

Ravasi, D. et Rindova, V. (2004). Creating Symbolic Value: A Cultural Perspective on Production and Exchange. *SDA Bocconi Research*(No. 111/04.), 26 p.

Rheims, M. (1959). *La vie étrange des objets : histoire de la curiosité*. Paris : Plon.

- Robicheau, S. (2012, 29 avril). Solair chair: Canadian classic makes a cheery comeback dans *The Chronicle Herald*. Récupéré de <http://thechronicleherald.ca/artslife/91260-solair-chair-canadian-classic-makes-a-cheery-comeback>
- Robillard-Laveaux, O. (2014). Louis-Philippe Gingras : le cowboy de la 117. *Paroles & musique*, 21(3), 20-21. /z-wcorg/.
- Rudofsky, B. (1965). *Architecture without architects : a short introduction to non-pedigreed architecture*. New York; Garden City, N.Y. : Museum of Modern Art ; Distributed by Doubleday.
- Saouter, C. (2000). Le langage visuel essai. /z-wcorg/. Récupéré de <http://site.ebrary.com/id/10200745>
- Savoie, J. (2008, 8 janvier 2008 – 12 février 2008). *Les Lavigneur, la vraie histoire*. [mini-série dramatique]. In Archambault, D. M. e. S: (Producer) : Radio-Canada
- Scrivener, L. (2009, 11 juin). 70's solair motel chair makes a comeback. *Toronto Star*. Récupéré de http://www.thestar.com/life/homes/decor/2009/06/11/70s_solair_motel_chair_makes_a_comeback.html
- Simard, E.-I. (2009). *Regards des praticiens en design industriel sur les dimensions identitaires de la pratique du design au Québec* Université de Montréal, Montréal. Récupéré de *Papyrus : Dépôt institutionnel numérique* <http://hdl.handle.net/1866/11383>. Maîtrise.
- Simard, V. (2013, 15 juillet). Que reste-t-il de nos motels ? *La Presse*. Récupéré de <http://www.lapresse.ca/voyage/destinations/quebec/hebergement/201307/15/01-4670764-que-reste-t-il-de-nos-motels.php>

Simon, H.A. (1988). The Science of Design: Creating the Artificial. *Design Issues*, vol. 4, p. 67-82.

Simpsons-Sears Limited. *Simpson's [catalogue]*. Preston, Ont. : Microfilming Services.

Sparke, P. (1986). *An introduction to design and culture in the twentieth century*. : London G. Allen & Unwin.

Stardust Modern Design. (2015, 2014) *Solair Modern Outdoor Chair by Fabiano and Panzini*. Récupéré le 5 avril 2015 2015 de <http://www.stardust.com/mm5/merchant.mvc?>

Stilman, H. (2003) *Norman Slater*. Dans *École d'architecture / In memoriam*. Récupéré le 16 avril 2014 de <http://www.mcgill.ca/architecture/memorial/slater>

Sudjic, D. (2009). *The language of things : understanding the world of desirable objects*. (1st American éd.). New York : W.W. Norton & Co.

T. Eaton Co. *Eaton's catalogue*. (Vol. Fall 1884/Winter 1885-Spring/Summer 1976). [Ottawa? : Canadian Library Association Microfilming Project.

Taillon, C. (2009). Guide de démarrage d'un motel. *Société de Développement Économique Innu; Bureau de développement touristique de Mashteuiatsh*, 28 p. Récupéré de <http://sdei.ca/outils-et-ressources/documents-et-publications/d/18-guide-de-demarrage-motel>

The Canadian Design Resource. (2015) *Solair Chair*. Récupéré le 26 mars 2013 de <http://www.canadiandesignresource.ca/furniture/solair-chair>

The Papasan Company. (2015) *History of the papasan*. Récupéré le 5 février 2015 de http://www.papasanchair.co.uk/index.php?main_page=page&id=1

The Washigton Post. (2012). Fabio Nicola Fabiano, Obtuaries. *The Washigton Post*.
Récupéré de
<http://www.legacy.com/obituaries/washingtonpost/obituary.aspx?pid=157936503>

Tilley, C. (2012). Interpreting material culture. Dans Pearce, S. (dir.), *Interpreting Objects and Collections* (p. 67 - 75) : Routledge.

Tisseron, S. (1999). *Comment l'esprit vient aux objets*. Paris : Aubier.

Université du Maryland. (2006) *Fabio Fabiano*. de
<http://www.art.umd.edu/people/FFabiano/ffabiano.html>

Vancouver Special. (2015). Récupéré le 6 avril 2015 de
<http://vanspecial.com/furniture/solair-chairs/>

Verner, A. (2009, 26 juin). More than 'a motel chair'. *The Globe and Mail*. Récupéré de
<http://www.theglobeandmail.com/life/more-than-a-motel-chair/article4194305/>

Ville de Montréal. (2006). *Montréal est désigné par l'UNESCO comme ville de design : Une première en Amérique du Nord*. 1 p. Récupéré de
http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/CONS_PAT_MTL_FR/MEDIA/DOCUMENTS/CAPSULE_COMMUNIQUE_VILLE_17MAI2006.PDF

Wolly Pocket. (2010). *Dwell on design 2010*.

Wright, D. (2005). Mediating production and consumption: cultural capital and 'cultural workers'. *Br J Sociol*, 56(1), 105-121. doi: 10.1111/j.1468-4446.2005.00049.x
Récupéré de <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/15777465>